



L'intervista
Horacio Pagani,
il Leonardo
delle supercar

5



Casi di scuola
Bonifiche Ferraresi,
il «salotto buono»
dell'agricoltura italiana



Food Valley
Le strade del vino
spingono sul turismo
grazie a nuovi fondi

13

CORRIEREIMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

L'analisi

Startup,
una comunità
allunga la vita

di **Piero Formica**

Il 3% delle imprese nate a Bologna non sopravvive al primo anno di vita e il 27% cessa l'attività al quarto. Questi dati sono in linea con la media nazionale delle città metropolitane. Siamo di fronte a un'alta mortalità infantile delle baby imprese? Forse no, osservando dati internazionali che indicano un tasso di sopravvivenza del 50% compiuti i quattro anni di età, a fronte del nostro 73%. Il dubbio nasce dal fatto che non conosciamo il numero dei «morti che camminano». Il fallimento è difficile da quantificare, perché non significa necessariamente liquidazione dell'attività. Molte startup zoppicano per anni, ignorate dal mercato ma sostenute dai fondatori e dagli investitori. Poiché nella nostra cultura il fallimento pesa ancora come un grosso macigno che blocca la porta delle opportunità, al «fallisci velocemente» (il mantra della Silicon Valley) preferiamo il passo traballante di una salute malferma. Alle tante gare e ai tanti eventi che celebrano le idee imprenditoriali che spingono in alto la natalità delle imprese sarebbe bene affiancare la conferenza annuale «Abbracciare il fallimento» lanciata a San Francisco nel 2009 e poi riproposta in tante città del mondo che scorgono nella nuova economia imprenditoriale la fonte principale di sviluppo economico e progresso sociale. Imparare solo dai successi è un problema molto più grande di quanto si ritenga comunemente.

continua a pagina 15

Primo piano



Formazione
Sempre più imprese decidono di creare master e corsi per preparare meglio i propri quadri

L'università fatta in **casa**

Nate negli Usa nel Dopoguerra, le corporate academy sono arrivate nelle nostre aziende solo negli ultimi anni: ben 10 abitano sulla via Emilia. Capiello (Unibo): «È aumentata la specializzazione, gli atenei non sempre soddisfano i bisogni delle imprese innovative». Ma c'è anche chi, come Ducati e Carpi, forma clienti e studenti

L'intervento

Relazioni sindacali,
una nuova era
basata sulla partecipazione

di **Bruno Papignani**

Se la storia è insegnamento e il buon senso ha qualche peso il sindacato deve unirsi. In passato lo abbiamo fatto, oggi è necessario provarci di nuovo dando più potere agli iscritti, a tutti i lavoratori il diritto di decidere con il voto sugli accordi che li riguardano. È questo il messaggio che traggo dallo sciopero del 20 aprile scorso dei metalmeccanici a sostegno del contratto nazionale di lavoro, il cui riscontro anche con le controparti è per noi positivo. Chi pensava di di-

struggere la Fiom si è sbagliato, chi pensava di trarre giovamento dagli accordi separati oggi è senza interlocutore. Intanto sempre più cospicui guadagni sono andati a poche persone. L'assenza di contrappesi politici e sociali ha distrutto i diritti dei lavoratori in nome del mercato. Il modello economico che aveva prevalso nel '900, le lotte per i diritti, le sue tragedie non è più il modello del futuro. Quella fase si è chiusa per sempre e ci lascia una manciata di macerie. Per la responsabilità che portiamo, dobbiamo reinventare la contrattazione e con essa nuove regole. Le riforme costituzionali, il Jobs act, la riforma delle previdenza che accresce il rischio di arrivare alla vecchiaia senza una pensione, lo svuotamento dei contratti nazionali di lavoro, sono dati ingiusti, ma di fatto.

continua a pagina 15

25
in viaggio con
DOVE
1991-2016

CORRIERE DELLA SERA

CERCHI IDEE PER LE VACANZE?
ECCO LE MIGLIORI!

NUMERO SPECIALE
in edicola dal 12 aprile
a € 4,90*

GRANDE CONCORSO!
Vinci Cuba
Sardegna
e Sicilia**

I premi in palio sono offerti da I Grandi Viaggi.

DOVE e Corriere della Sera presentano uno speciale dedicato alle vacanze estive. L'estate arriva solo una volta all'anno: organizzala al meglio! Sullo speciale Dove Vacanze trovi tantissime grandi idee per le vacanze estive 2016: Mare, montagna, mete esotiche, viaggi on the road, cammini spirituali, itinerari enogastronomici e molto altro ancora. Proposte, attività e consigli per tutti i tipi di viaggiatori, dalle famiglie alle coppie, da chi cerca il relax a chi ama lo sport e l'avventura. E in più, il divertente concorso **DOVEportofoglio** per vincere un fantastico viaggio a Cuba, in Sardegna o in Sicilia: scopri tutti i dettagli all'interno di Dove Vacanze!

DOVE

CORRIERE DELLA SERA
La libertà delle idee

Poste Italiane Sped. in A.P. D.L. 353/2003 conv. L.46/2004 art. 1, c.1 DCB Milano. Non può essere distribuito separatamente dal Corriere della Sera

PRIMO PIANO

Da Unipol a Hera, da Barilla a Crif sono una decina le imprese che organizzano master e corsi per specializzare i propri quadri

Voglia di **academy** in regione Le aziende «fanno scuola»

di **Riccardo Rimondi**

L'ultima ad aprire è stata l'academy del gruppo **Unipol**, a fine marzo: la sede è Villa Cicogna, una dimora cinquecentesca ristrutturata per ospitare 150 corsi, rivolti ad oltre 50.000 tra dipendenti, agenti e subagenti. Si va da percorsi di aggiornamento di due giorni a master di due settimane, su tutti i temi considerati strategici dal gruppo. Si chiama **Unica**, perché è l'unico riferimento didattico per il mondo Unipol.

Pochi chilometri a Est, nella tenuta di Palazzo Varignana sulle colline di Ozzano, potrebbe presto sorgere un'altra struttura modello per ospitare la **Crif Academy**. Ma intanto il gruppo bolognese specializzato in informazioni creditizie, di business e commerciali già forma al suo in-

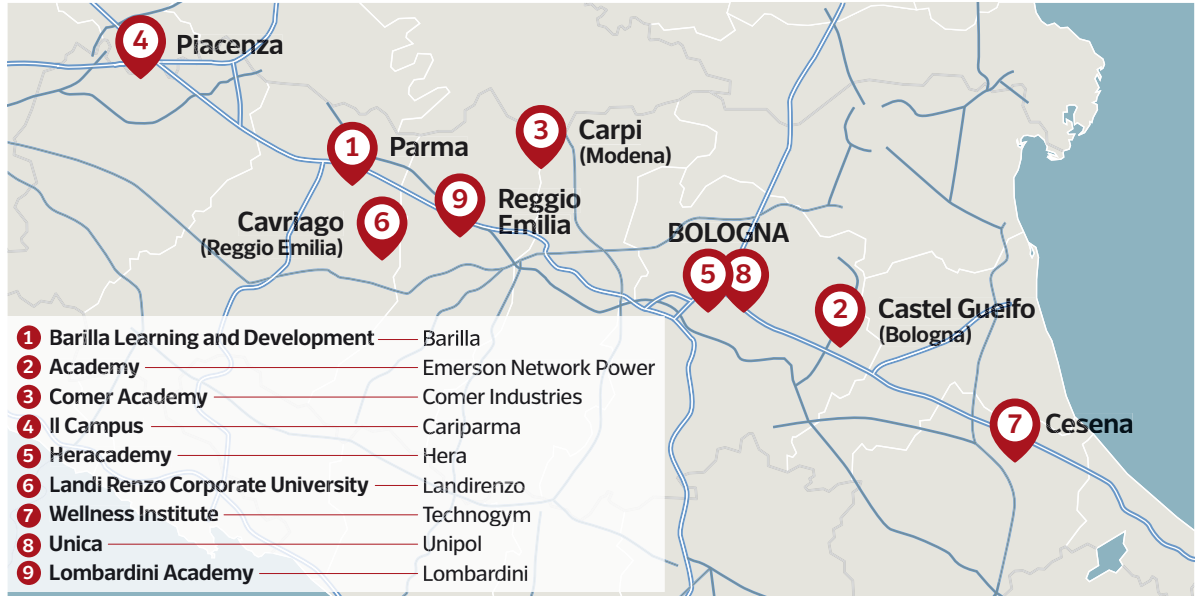
Il fenomeno

Partito dagli Usa nel Dopoguerra è sbarcato da noi negli ultimi decenni

terno centinaia di dipendenti ogni anno nella sede di Bologna, offrendo il servizio anche a clienti esterni. Ma in tutta la regione le corporate university, secondo il rapporto 2015 di **Assoknowledge** (associazione di Confindustria Servizi innovativi e tecnologici) in collaborazione con il dipartimento di management della Sapienza, sono almeno 10. Formano manager, quadri e operai specializzati delle aziende, sull'onda di un fenomeno partito dagli Usa nel Dopoguerra e arrivato in Italia negli ultimi decenni.

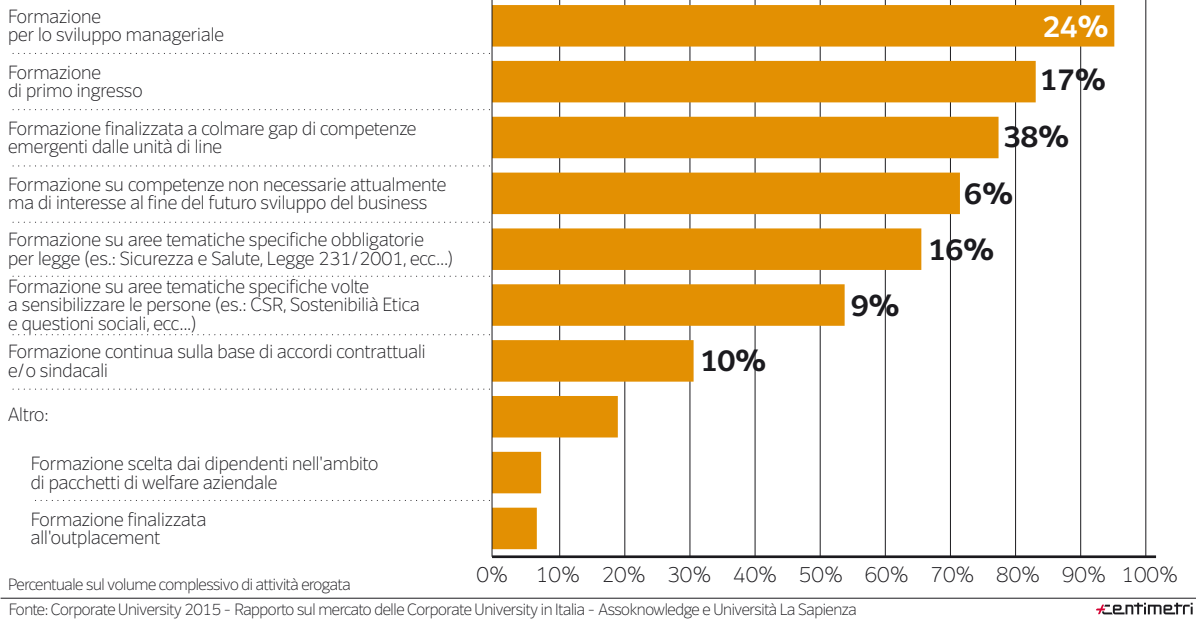
Spesso l'academy è l'ultimo step di un lavoro sulla formazione che dura da anni. **Hera** organizzava corsi e collaborava con le università già prima della nascita della **HerAcademy** datata 2011: «Nel tempo abbiamo creato un marchio, con una sede dedicata e una riconoscibilità — dice **Giancarlo Campri**, direttore centrale del personale e dell'organizzazione della multiutility — Ma più che altro abbiamo voluto certificare e valorizzare le attività di formazione e le relazioni che abbiamo con gli enti accademici più importanti del nostro territorio di riferimento». Non si tratta solo di insegnare ai manager elementi di finanza e gestione delle imprese: nel caso di Hera anche

Gli atenei d'azienda



• Angelini	• Eni	• Generali	• Kpmg	• Seat Pagine Gialle
• Bnl	• Enigen	• Hp	• Mediolanum	• Sirti
• Bosch	• Engineering	• Illy	• Pirelli	• Telecom
• Chloride	• Fater	• Indesit	• Poste Italiane	• Tenaris Dalmine
• Enel	• Ferrero	• Kedrion	• Reale Mutua assicurazioni	• Vodafone

Tipologia e natura di programmi formativi erogati attraverso le Corporate University



Fonte: Corporate University 2015 - Rapporto sul mercato delle Corporate University in Italia - Assoknowledge e Università La Sapienza

il personale operativo partecipa a progetti come la «Scuola dei mestieri», finalizzati a diffondere le competenze tecniche all'interno dell'azienda.

Alcune academy sono storiche. Il **Barilla Learning and Development** si occupa dal 2004 della formazione dei circa 8.000 dipendenti della multinazionale di Parma. Il **Wellness Institute** di **Technogym** è nato nel 2002 e nel 2013 (secondo Assoknowledge) contava una novantina di collaboratori fra consulenti, docenti e formatori sul posto. **Comer** ha creato la **Comer Academy**, con sede a Carpi, nel 2008: è partita

dal management, allargandosi poi alla formazione tecnico-specialistica. L'anno scorso tutti i dipendenti hanno partecipato ad almeno un corso tra i 205 organizzati: tra questi lezioni tecniche, lingue straniere e il corso di «team accelerator» per rafforzare le capacità di leadership.

Tappa

Spesso questo è l'ultimo step di un lavoro sulla formazione che dura da anni

In regione sono almeno tre le aziende di medie dimensioni che non rinunciano a una corporate university. A Cavriago c'è l'academy di **Landi Renzo**, la **Landi Renzo Corporate University**: si occupa dell'addestramento dei neoassunti e della sicurezza sul lavoro, ma offre anche corsi in inglese e, attraverso il «college installatori», progetta e gestisce la formazione per le officine autorizzate e le officine partner delle case automobilistiche con cui collabora l'azienda, lavorare alla stesura di pubblicazioni scientifiche. A Reggio Emilia c'è la **Academy Lombardini**,

struttura formativa dell'azienda metalmeccanica acquistata nel 2007 dalla **Kohler Company**. Il rapporto 2015 cita anche **Dallara**, che «non possiede ancora una corporate university per le ristrette dimensioni», ma «è molto attiva nel campo dei rapporti con università ed enti di ricerca».

A Piacenza c'è il **Campus di Cariparma**, che si occupa della formazione per tutte le società di **Credit Agricole** in Italia. Collabora con l'**Università Cattolica**, i cui docenti hanno tenuto 10.000 delle 62.500 ore di lezione complessive. Genera anche un indotto per il territorio, visti i 2.300 pernottamenti in albergo in un anno.

Non sempre queste strutture ospitano fisicamente i corsi che organizzano. **The Academy**, la sede centrale della corporate university di **Emerson Network Power**, 120.000 dipendenti nel

Eccezione

Sono almeno 3 le società di medie dimensioni che hanno una university

mondo, si trova a Castel Guelfo, dove una volta c'era **Chloride** (acquisita dalla multinazionale nel 2010): «Qui facciamo progettazione formativa e realizziamo il materiale didattico: lavoriamo insieme agli esperti di ciascun contenuto», spiega **Cristina Querzè**, direttrice dell'Academy per Europa, Medio Oriente e Africa. Ma Castel Guelfo è solo la sede centrale di una corporate university diffusa. La formazione specifica viene erogata in tutto il mondo, in diverse fasi: lezioni teoriche online seguite da sessioni pratiche coordinate dai trainer certificati, sulla base delle linee guida elaborate nel bolognese.

Accanto alle academy, però, ci sono anche imprese interessate a formare chi non fa parte dell'azienda. Ad Anzola Emilia **Carpigiani** ha creato una scuola per aspiranti gelatai e potenziali futuri clienti; l'anno scorso **Ducati** ha dato vita insieme all'università di Bologna a un corso di ingegneria del motociclistico. Dal 2011 **Florim** organizza un master di 800 ore, tra lezioni frontali e affiancamento in azienda. Finora, sono 26 gli studenti che alla fine del percorso hanno trovato posto all'interno del colosso della ceramica di Fiorano Modenese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web
Puoi leggere, commentare e condividere gli articoli di Corriere Imprese su www.corrierediroma.it

«Riempiono un vuoto lasciato dagli atenei»

Cappiello (Unibo): «Le università dovranno cambiare le loro strategie»

Identikit

● Il rapporto Assoknowledge-La Sapienza 2015 ha censito 35 corporate academy in Italia

● Dieci di queste, cioè oltre un quarto, avevano la sede principale in Emilia-Romagna

● Negli Stati Uniti nel 2010 erano circa 4.000

Le corporate university sono in aumento e continueranno a crescere. Anche in Emilia-Romagna, dove si trova una su quattro tra quelle censite. Ne è convinto Giuseppe Cappiello, ricercatore e docente di Economia e gestione delle imprese dell'Università di Bologna: da sette anni studia il fenomeno delle academy e sta curando il rapporto 2016 di Assoknowledge.

Professor Cappiello, cosa spinge un'impresa a costruirsi una scuola al suo interno?

«Soprattutto la necessità di consolidare le competenze disponibili in azienda. Considerando la conoscenza una risorsa aziendale al pari delle altre, le imprese più competitive cercano di trattarla in modo specifico. In questo senso le agenzie di formazione tradizionali non sono più sufficienti. Così si organizzano all'interno le strutture per assorbire, conservare e catalogare le conoscenze dall'esterno».

Perché la formazione normale non è più sufficiente?

«Per due motivi. Primo, è aumentata la specializzazione e le università non sempre rie-

scono ad arrivare a un livello tale da soddisfare le esigenze delle imprese innovative. Secondo, le università sono storicamente lontane dalle esigenze delle imprese. Per contro, riescono a conservare un rigore metodologico che serve da base per specializzarsi».

Quindi la nascita delle Academy è anche una risposta ai limiti dell'istruzione accademica?

«Implicitamente o involontariamente sì. Se università e centri di ricerca fossero in grado di soddisfare la domanda non nascerebbero queste realtà».

Si tratta di limiti inevitabili?

«Penso che i compiti siano diversi. Non vorrei che si pensasse che l'università non è più



Nelle facoltà servono soggetti integratori di conoscenze o trasformatori per rendere la conoscenza più fruibile

adeguata: io sono universitario, lo faccio convintamente. Probabilmente servono soggetti integratori di conoscenze o trasformatori per rendere la conoscenza più fruibile».

Quando hanno iniziato a nascere le academy?

«Negli Usa, nel secondo Dopoguerra. In Europa molto più tardi, probabilmente anche perché qui ci sono sempre state università di grande livello. In Italia la prima esperienza è quella dell'Eni. Il numero di academy sta crescendo anche per processi imitativi: man mano che le imprese sentono narrare le esperienze delle corporate university decidono di farsele. Possono essere soggetti separati dall'impresa che offrono servizi all'esterno o strutture minuscole, poco più che centri di formazione interni».

Come sarà il loro futuro?

«Penso né piccolo né grande, ma organizzato. Facendo esperienza, impareranno a utilizzare la conoscenza e miglioreranno i servizi di knowledge management».

Secondo lei aumenteranno ancora?

«Sì. E obbligheranno anche le università a cambiare le loro strategie. La cosiddetta "terza missione" dell'università, recentemente istituita, va in questa direzione: oltre alla didattica e alla ricerca, ci viene richiesto un trasferimento delle



Considerando la conoscenza una risorsa aziendale al pari delle altre, le imprese più competitive cercano di trattarla in modo specifico



conoscenze verso l'esterno, un rapporto con il mondo produttivo».

Non tutti decidono di seguire questa strada: aziende come Carpigiani e Ducati preferiscono formare i clienti e gli studenti universitari.

«Non è una novità. Le imprese hanno bisogno di crearsi un mercato: negli anni '80 il gruppo Fininvest istituì un master sulla comunicazione per formare i futuri responsabili marketing delle aziende. Per quanto riguarda Ducati, la conoscenza per essere una risorsa ha bisogno di essere condivisa. Tenere per sé la propria idea può essere una delle cause principali di non crescita di

Espresso
Giuseppe Cappiello è professore di Economia e Gestione delle Imprese all'Università di Bologna ed è responsabile del Corso di Alta Formazione in Regolazione e Mercato nei servizi di pubblica utilità

quell'idea».

Un quarto delle academy censite da Assoknowledge si trova nella nostra regione. Si può parlare di una peculiarità emiliana?

«L'Emilia-Romagna è sempre stata innovativa per quanto riguarda i processi aziendali, pensiamo solo alle reti d'impresa e ai distretti industriali. Il fenomeno emiliano è stato studiato insieme a pochi altri come un esempio virtuoso di capacità di essere innovativi. Non mi stupisce che anche in questo ambito l'Emilia-Romagna vanti un numero superiore di corporate university».

R. R.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il corso in Ingegneria del motoveicolo

«Diffondiamo cultura sul territorio»

Domenicali (Ducati): «I migliori sceglieranno noi»

Ducati non ha una corporate university, anche se l'ad Claudio Domenicali assicura che «è una delle attività che abbiamo in mente di esplorare». Ma è molto attiva nella formazione esterna: l'anno scorso ha attivato, insieme all'Università di Bologna, un corso di Ingegneria del motoveicolo, all'interno della laurea magistrale in Ingegneria meccanica.

Perché l'idea di lavorare su questo progetto?

«Questo corso offre agli studenti appassionati un percorso che possa portarli ad aziende del mondo delle due ruote e quindi anche a noi. Dall'altra parte ci dà la possibilità di influire sulle tematiche trattate in questo indirizzo. È un rapporto bidirezionale: gli studenti possono avere accesso all'azienda, e quindi una formazione sulla vita d'impresa, attraverso gli stage e la partecipazione, noi abbiamo la possibilità di entrare in contatto con loro ed effettuare una migliore selezione del personale».

Qual è il vostro ruolo?

«Abbiamo un referente dentro all'università e contribuiamo per la sua parte di retribuzione. Poi abbiamo dei docenti, professionisti e ingegneri Ducati

che fanno formazione su tematiche specifiche».

Non avete paura che altre aziende approfittino di questo corso? Non necessariamente le persone che formate lavoreranno in Ducati.

«Certo, ma creiamo cultura sul territorio per i nostri giovani ed è positivo. Noi cerchiamo di fare in modo che i migliori scel-



Ad Claudio Domenicali di Ducati

gano noi invece che un'altra azienda. Ma contribuire a formare professionalità e talenti che poi rimangano in Italia nel mondo delle ruote, sebbene in altre aziende, è un fatto positivo per l'industria».

Avete mai pensato a una academy?

«È un tema affascinante su cui stiamo ragionando nel det-

taglio, ma non la vediamo come sostitutiva nel rapporto con l'università. Una academy interna è un altro tassello di un sistema di gestione dei talenti che può essere ulteriormente arricchito, una delle attività che abbiamo in mente di esplorare».

Pensa che il mondo dell'istruzione, per come è organizzato ora, incida in qualche modo sugli investimenti che un'azienda si trova a fare in formazione?

«Credo che gli investimenti in formazione vadano comunque fatti: ogni azienda ha le sue specificità, mentre il mondo della scuola deve lavorare su una preparazione generica, vasta e trasversale. Non sono completamente d'accordo sul fatto che l'università debba in continuazione cambiare per inseguire una serie di mutamenti organizzativi. Esiste un'area vasta, che è la preparazione di base, in cui credo che la scuola italiana sia di ottimo livello e di cui dobbiamo essere fieri e orgogliosi. Se aggiungiamo percorsi che possano avvicinare l'impresa al mondo dell'università e della scuola credo che avremo fatto un ottimo lavoro».

R. R.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il centro di formazione per i clienti

«Così creiamo la voglia di gelato»

Ito (Carpigiani): «È un investimento a lungo termine»

Anche formare i clienti è importante. La sede principale della Carpigiani Gelato University è ad Anzola Emilia (Bologna), ma all'estero ce ne sono altre 11. «Il nostro — spiega la direttrice dell'istituto Kaori Ito — è un investimento per il settore a lungo termine».

Che vantaggi comporta un centro di formazione per potenziali clienti?

«Carpigiani possiede il 60-70% della quota di mercato mondiale nella produzione di macchine. La nostra strategia è diffondere la cultura del gelato artigianale. Più persone mangiano gelato, più persone fanno gelato, più c'è un ritorno per noi. È un investimento per il settore a lungo termine».

Che attività si svolgono alla Carpigiani Gelato University e chi insegna?

«Una buona parte della nostra formazione tratta la produzione e il modo di fare le ricette. Abbiamo sviluppato un corso di degustazione del gelato, poi facciamo un corso manageriale (come gestire la gelateria) e ci stiamo sviluppando sul retail. Sviluppiamo anche nuovi gelati funzionali che hanno proprietà benefiche per la salute e approvati dall'isti-

tuto di oncologia».

Quante sono le persone che si occupano della didattica?

«Abbiamo 25 docenti in Italia e circa altrettanti all'estero. Abbiamo sedi in Gran Bretagna, Usa, Argentina, Giappone, Cina, Germania, Russia, Francia e Brasile. Stiamo stringendo una collaborazione con scuole culinarie di alto livello come Icca a Dubai e At-Sunrice a Singapore per



Responsabile Kaori Ito di Carpigiani

estendere formazione nell'ambito degli istituti. Nelle sedi ci sono imprenditori che hanno la gelateria e prestano docenza, all'Icca e all'It Sunrice insegnano della scuola che abbiamo formati noi».

Che valore ha il vostro corso?

«Al termine c'è un esame e viene rilasciato un attestato di partecipazione. Non siamo un

ente di formazione, ma all'interno del nostro settore è un timbro di garanzia. I corsi più seguiti sono settimanali: un modulo di una settimana costa 1.000 euro».

Chi sono i vostri studenti?

«Una buona parte sono persone che iniziano da zero. A Bologna i partecipanti hanno dai 30 ai 55 anni, vorrebbero cambiare direzione e vedono la gelateria come un'opportunità per andare all'estero».

Quali sono i vostri progetti futuri?

«Stiamo spingendo sempre più sui rapporti con le scuole culinarie all'estero. E in Italia vogliamo creare consapevolezza nei giovani sul fatto di entrare nel mondo della gelateria con un profilo più manageriale. Ci piacerebbe fare formazione specifica anche in questo campo».

L'università del gelato è una risposta anche a mancanze del sistema universitario italiano?

«Diciamo che fino a qualche anno fa la gelateria era o passata da una generazione all'altra oppure improvvisata. Quindi qualche punto di riferimento e di formazione nel settore è stato fondamentale».

R. R.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



cinquerosso

FASHION RESEARCH ITALY

BOLOGNA, VIA BORGONUOVO 5 - 051 220086
sede legale

LA FONDAZIONE FASHION RESEARCH ITALY
VALORIZZA CREATIVITÀ, TALENTO, INNOVAZIONE
TRACCIANDO LE TRAIETTORIE DEL CAMBIAMENTO.

MASTER IN FASHION, DESIGN & TECHNOLOGY
CON L'UNIVERSITÀ DI BOLOGNA E CORSI DI ALTA
FORMAZIONE SULLE PIÙ MODERNE TECNOLOGIE
PER LA COMUNICAZIONE DEL MADE IN ITALY.

ARCHIVIAZIONE SCIENTIFICA E DIGITALE DEL
PATRIMONIO FOTOGRAFICO DELLE ECCELLENZE
FASHION, DI UN FONDO DI 20.000 DISEGNI DIPINTI
A MANO E 5.000 VOLUMI PER GLI UFFICI STUDI.

www.fashionresearchitaly.org

FRI
FASHION
RESEARCH
ITALY

L'INTERVISTA

Horacio Pagani

Il fondatore di Pagani Auto inaugurerà a luglio la nuova fabbrica e sta lavorando a un esclusivo coupé. Il progetto di una scuola di formazione



Il personaggio

La storia

L'ex operaio che ha realizzato il sogno di costruirsi le sue supercar

Alla domanda «Quante supercar avete costruito finora?», Horacio Pagani, argentino di Casilda, classe 1955, naturalizzato italiano, sorride: «250 sculture». La metafora è più che appropriata visto che questo designer non nasconde la sua ammirazione per il genio leonardesco. Costano care però le sue opere, su quattro ruote e dal design armonioso: qualche manciata di milioni di euro. Chi se le può permettere? Il pilota di Formula Uno Lewis Hamilton, il vicepresidente di Apple Eddie Cue, sceicchi, «Ma soprattutto sono persone che hanno lavorato duro, industriali, imprenditori. È vero, c'è una nostra macchina in ogni palazzo reale, però per il resto sono clienti di profilo basso e tanti ragazzi giovani, bella gente da cui si impara: il nostro patrimonio più importante». Un po' come lo stesso Pagani: un padre fornaio, piemontese emigrato nelle Pampas, dedito al lavoro e al sacrificio; una madre pittrice a cui a 14 anni confida «voglio andare a Modena, in Italia, a disegnare auto». A 20 il futuro fondatore della Pagani auto realizza un'auto F3 che gareggia con i colori del team Renault. Conosce il pilota Juan Manuel Fangio che ne individua il talento e lo indirizza in Emilia, terra di motori. Lo sbarco di Pagani avviene alla Lamborghini: entra come operaio di terzo livello al reparto carrozzeria e poi sale a responsabile del reparto compositi. Segue i progetti della Jeep LMA, il rinnovamento della Jalpa, il design della Countach Evoluzione, la prima auto al mondo con il telaio completamente in carbonio, la pietra angolare dei bolidi Pagani, oggetto di infinite sperimentazioni. Nel 1988 nasce la Pagani Composite Research che segue vari progetti tra cui il restyling della Countach anniversary. Pagani lavora anche alla Lamborghini Diablo. Nel 1991 crea Modena Design. Un anno dopo lavora alla sua prima supercar. Infaticabile, tenace, con quella forza di volontà di cui il nonno e il padre gli hanno ordinato di fare tesoro. Fangio lo presenta alla Mercedes, che ancora oggi, unica eccezione della casa tedesca, fornisce i motori alla collega modenese. Così come fanno Brembo per i freni e Pirelli per le gomme. Ma tutto con rigoroso imprinting Pagani. A Ginevra nel 1999 viene svelata la Zonda C12, Zonda come il vento delle Pampas. Quasi dieci anni dopo arriverà la Huayra, dal nome di un dio dei venti andino. E sempre a Ginevra un mese fa è stata presentata l'ultima arrivata: la Huayra BC, in onore di Benny Caiola, primo cliente della casa modenese, solo 20 esemplari per chi ha già una Pagani. La compagine azionaria è saldamente in mano a Horacio con il 90%, una piccola parte ce l'hanno Faro srl di Pierluigi Zappacosta (cofondatore di Logitech) e Nicola Volpi, ad del fondo Permira. Un unicum nella valle dei motori abitata da cavallini, tori e serpenti in mano a multinazionali. Da tre anni la vision del designer italoargentino si è spostata all'arredamento e al contract con Pagani Arte. Una nuova Pininfarina sta nascendo a Modena.

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è

Horacio Pagani, Casilda (Argentina), 1955, ha fondato la Pagani Auto a San Cesario sul Panaro (Modena) dopo aver lavorato in Lamborghini

di **Andrea Rinaldi**

Fervono i lavori a San Cesario sul Panaro, nel Modenese: la nuova sede della Pagani auto deve essere pronta per il 17 luglio. In quella attuale rimarranno solo gli uffici stile e ricerca & sviluppo, tutto il resto traslocherà, ma lo stabilimento è grande e ci sarà spazio per molte novità. Il nuovo concept aprirà l'officina e i motori alla brezza padana della Motor valley.

«La necessità di una nuova sede era legata all'aumento di produzione – dice Horacio Pagani, chief designer dell'azienda che ha fondato nel 1999 – ma non saliremo troppo, facciamo 35 macchine all'anno e passeremo a 40». Le commesse dei prossimi tre anni sono già state tutte pagate, giusto per avere un'idea di quanto siano desiderate queste supercar. «Lavoreremo in un ambiente confortevole, l'assemblaggio avverrà in uno spazio che ricrea una piazza emiliana con i portici e i lampioni in ghisa. Una ditta cinquecentesca ha ricostruito una torre con un orologio (da cui si entrerà nel nuovo ufficio di Pagani, ndr.). Sotto gli archi ci saranno 5-6 postazioni one-off in cui alcune vetture saranno assemblate sul posto, invece di fare i soliti 4 passaggi. Sono mezzi che hanno tempi lunghi di gestazione, perché estremamente personalizzati e che costeranno dai 3 ai 6 milioni di euro».

E poi cosa ci sarà?

«Una suite per i clienti, un bar, una palestra con area relax per i dipendenti, delle boutique. E un museo aperto al pubblico con 10 auto nostre, Zonda e Huayra in diverse varianti (alcune ricomprate da Pagani, ndr.), poi l'officina che avevo in Argentina, la Lamborghini Countach anniversary che ho disegnato».

A proposito di personalizzazioni, Lapo Elkann ha annunciato a Ginevra una collaborazione tra voi e la sua Garage Customs Italia.

«Faremo un'auto assieme: Lapo è un ragazzo molto simpatico e genuino. Noi difficilmente stringiamo questo tipo di collaborazione. Abbiamo sviluppato assieme la personalizzazione di una vettura: abbiamo creato un nuovo tipo di carbonio per la carrozzeria, resistente ai raggi del sole».

Quali sono i numeri della Pagani oggi?

«118 dipendenti, di cui 30 al reparto ricerca & sviluppo. Età media 30 anni. 46 milioni di fatturato con 15 milioni di Ebitda, che quest'anno supereremo rispettivamente a 50 milioni e a 20 milioni. Aumenteremo anche la quota destinata alla ricerca,

che prima era di 9 milioni. Fino al 2011 avevamo un'auto omologata per l'Europa. Da quando abbiamo omologato la Huayra in Usa e Asia, con 50 crash test e i severi standard anti inquinamento della California, ci siamo aperti a nuovi mercati. Il 52% della nostra produzione ora va in America. E il nostro piano di produzione sin dal 2005 si basa su questo: realizzare meno della metà di quello che ci viene chiesto. In questa maniera diamo alle vetture altissimo valore ed esclusività».

A quali progetti sta lavorando ora?

«Quest'anno uscirà la Huayra roadster in 100 esemplari, prezzo 1,8 milioni più le tasse: molto innovativa, non ha nulla del modello precedente. Poi iniziamo la produzione della Huayra BC presentata Ginevra. Stiamo inoltre lavorando a dei progetti di due vetture one-off e al progetto del nuovo coupé che uscirà nel 2019.

Le ultime tre versioni della Zonda che costruiremo si chiameranno invece Barchetta HP e costerà 6 milioni più le tasse. Stiamo allargando anche il merchandising, tutto disegnato al nostro interno e



Con la scuola siamo già partiti
La formazione sarà per l'80% destinata alle persone che lavorano nell'automotive
Vorremmo avere studenti da tutto il mondo riversando a Modena la cultura del design di altri Paesi

poi da tre anni abbiamo Pagani Arte».

Di cosa si occupa?

«Ora stiamo realizzando l'interno di un jet con uno dei più grandi fabbricanti di aerei del mondo. Non lavoriamo solo all'estetica, ma anche alla tecnologia: abbiamo il know how per farlo. Abbiamo anche tantissime richieste per piani di hotel e arredamento».

Potremmo vedervi quindi al Salone del Mobile?

«Perché no?».

Cosa serve per venire a lavorare in Pagani?

«La nostra ditta ha una filosofia che non ha niente di nuovo perché abbiamo accolto un messaggio lasciatoci da Leonardo da Vinci: arte e scienza possono camminare mano nella mano. Due

aspetti caratterizzanti per il prodotto italiano, di cui noi siamo stati pionieri».

Si considera italiano?

«Certo. La patria è dove lavori e allevi i tuoi figli».

Quindi cosa serve per lavorare da lei?

«Qua ci vuole grande passione e voglia di imparare: la formazione viene fatta al nostro interno perché costruiamo qualcosa di molto nuovo».

A Casilda, in Argentina, ha creato e finanzia una scuola di formazione. Come procede?

«È una casa-scuola di arte e scienza che si ispira a Leonardo e al nostro modo di lavorare. Facciamo formazione tecnica, artistica e di marketing di qualità. Vi può accedere chiunque, là la gente non ha i mezzi che abbiamo in Europa. Adesso siamo al quarto anno e verrà costruita nuova scuola su un'area di 3 ettari di fianco a un campo sportivo, perché la nostra idea è creare un campus come negli Usa, dove lo sport e l'alimentazione siano tanto importanti quanto l'istruzione. E ci piacerebbe molto replicare un progetto analogo qui a Modena».

In che modo?

«Siamo già partiti, non so quanto ci metteremo. Il format è lo stesso argentino. Stanno venendo su ragazzi incredibili. La formazione sarà per l'80% destinata alle persone che lavorano nell'automotive. Vorremmo avere studenti da tutto il mondo, riversare qui la cultura del design di altre parti, ma siccome non potremo dare lavoro a tutti, sarebbe bello che andassero a lavorare in Ferrari o Lamborghini o altrove».

Il futuro sembrano essere le auto elettriche. La spaventa?

«Quattro anni fa noi, con un team di 6 persone e una compagnia esterna esperta in motori elettrici, abbiamo fatto un'analisi di fattibilità sull'auto ibrida ed elettrica. Ci siamo scontrati però con una realtà. Più del 90% dell'energia a livello mondiale viene da fonti tradizionali e solo uno scarso 10% da quelle alternative. E poi c'era il problema del peso delle batterie: la Huayra con performance elettriche pesava 480 chili in più. Per muovere questa macchina e per fermarla hai bisogno di telai e freni più pesanti: non aveva senso fare questo percorso. E infine come andremo a smaltire queste batterie? Come si spegne un incendio di batterie al litio? Bisogna fare sperimentazioni sulle energie alternative, ma con il petrolio a 25 dollari al barile temo che tutto questo possa fermarsi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MONOPOLI

All'alimentare piace sempre di più la Borsa

Ferrarini, Mutti e Fratelli Galloni entrano in Elite

Con Focchi, Pinko e Horsa 6 nuove società emiliane studiano la finanza per crescere

«La prevalenza dell'alimentare ci fa piacere in Borsa. È un settore poco rappresentato, ma è fondamentale per il nostro Paese». Così Luca Peyrano, responsabile del Primary market di Borsa Italiana, ha salutato mercoledì scorso le 30 aziende italiane ammesse in Elite, il percorso che aiuta gli imprenditori a facilitare la loro internazionalizzazione e a capire i mercati di capitali in vista di un futuro sui listini o a fianco di fondi di private equity. Non erano poche infatti le imprese dell'agrofood desiderose di crescere oltre i soliti canali: 8 in tutto; e delle 6 emiliano-romagnole esordienti, ben 3 erano attive nell'agrofood, Ferrarini di Reggio Emilia, Mutti e Fratelli Galloni di Parma. La prima leader nel comparto pomodoro, la seconda nei prosciutti e l'ultima nei salumi, aceto e formaggi.

«È una strada che abbiamo deciso di intraprendere e siamo stati accettati – premette Luca Ferrarini, ad di Ferrarini – è un modo per farsi conoscere, per capire se in futuro ci saranno le condizioni per condividere un

Cos'è

● Elite è il progetto lanciato nel 2012 da Borsa Italiana per incentivare la quotazione delle pm italiane

● Le aziende vengono selezionate in base all'ultimo bilancio in utile, la credibilità del progetto di crescita, risultati operativi in percentuale sul fatturato maggiori del 5%

● Il sostegno si concretizza in un percorso di formazione e una piattaforma di strumenti per reperire capitali

percorso con altri soggetti». Ferrarini è in espansione, le tendenze di crescita nei primi 4 mesi del 2016 sono state buone e la quota estero è in aumento, frutta 80 milioni sui 350 di ricavi dell'anno passato. «In Italia sarebbe bello trovare situazione di collaborazione commerciale con altri produttori – prosegue l'ad – stiamo guardando anche a un paio di acquisizioni in Asia, cerchiamo aziende di distribuzione per aumentare la penetrazione nel mercato, il Far East per noi è interessantissimo». Ferrarini però non è la prima volta che si avvicina alla finanza. Già l'anno scorso aveva emesso minibond per 30 milioni.

«Noi assieme a molti altri siamo sotto l'ombrello del consorzio di Parma, ma così molte aziende hanno difficoltà a far emergere il loro brand», precisa Federico Galloni, che siede nel cda dell'azienda fondata dal nonno nel 1960. Oggi l'export arriva al 40% e tocca 45 Paesi «e noi vogliamo innovare».

«Elite ci affianca in un processo di formazione e confronto con culture differenti – fa eco Simona Dall'Asta, cfo di Mutti –



ci permette di misurarci con competenze, esperienza e strumenti nuovi che ci aiutano nello sviluppo dei nostri prodotti di crescita». Il 2014 infatti per l'azienda parmense si è chiuso con ricavi in crescita del 15% a 190,8 milioni. Ne fattura invece 50 la riminese Focchi che realizza facciate ipertecnologiche per grattacieli di grido come la torre Isozaki a Milano o la sede di

Google a Londra. Proprio a dicembre il gruppo edile aveva vinto il premio speciale Elite della Borsa di Milano. «La quotazione ancora non è nei nostri orizzonti a breve termine – spiega il ceo Maurizio Focchi – per ora i nostri interessi sono focalizzati al mercato statunitense, stiamo infatti valutando la creazione di una società a New York».

Palco

L'ad Luca Ferrarini racconta la sua azienda durante la presentazione di Elite in Borsa a Milano

«Bond o quotazioni, ancora non lo sappiamo, vedremo cosa fa più al caso nostro, ma visto che siamo nati e abbiamo proseguito con delle acquisizioni, anche all'estero, l'idea per il futuro è continuare quello che è nel nostro dna», osserva Nicola Basso, direttore generale di Horsa, società bolognese attiva nel business e predictive analytics, internet delle cose, big data, e-commerce. Lo shopping avverrà solo nel 2017, rivela il generale manager, e saranno in Italia nei settori business analytics e infrastrutture, poi ci sarà spazio anche per allargarsi in Austria, Germania, Olanda e Regno Unito. L'azienda conta 10 sedi tra Italia, Regno Unito e Brasile, un fatturato di 60 milioni, un ebitda di 4,2 e 450 dipendenti. «Abbiamo anche un'accademia che organizza corsi per clienti e dipendenti e poi forma i neolaureati e li regolarizza, l'anno scorso ne abbiamo assunti 50».

La tecnologia è al centro dei prossimi investimenti anche di Pinko (180 milioni di ricavi), come afferma il cfo Daniele Pini: «Né quotazione, né apertura di capitale, Investiremo nel retail in un'ottica di multicanalità, apriremo oltre 20 negozi nel 2016. E poi in tecnologia per rinforzare la supply chain».

Andrea Rinaldi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Light Lunch AL CAFÉ MARINETTI

*Veloci, sani e deliziosi:
i pranzi speciali proposti dal Café Marinetti,
un'oasi di eleganza nel cuore vibrante
del centro di Bologna.*

*Un contesto perfetto per il Light lunch,
ogni giorno una scelta di ricchi e deliziosi piatti unici nutrizionalmente equilibrati
per fornire l'energia necessaria per una giornata intensa.*

*Ideale per un incontro di lavoro, un pranzo fra amici,
o semplicemente per rilassarsi assaporando le proposte gastronomiche
dell'executive chef Claudio Sordi.*

Il menu comprende:

Piatto principale che propone il corretto equilibrio
tra carboidrati, proteine e fibre
Composizione di frutta stagionale e abbinamenti sfiziosi
Caffè - Calice di vino - Acqua minerale
Euro 25.00 per persona



Informazioni e prenotazioni:

Grand Hotel Majestic
già Baglioni
Via dell'Indipendenza, 8
Tel. + 39 051 225445
ristorazionecarracci@duetorrihotels.com

grandhotelmajestic.duetorrihotels.com



MONOPOLI

Arriva il «Legittimo affidamento» Gli obbligazionisti **Carife** sperano

Verso il rimborso integrale per i 3.000 clienti che hanno sottoscritto entro luglio 2013

di **Angelo Ciancarella**

Il «legittimo affidamento» potrebbe aver reso più serena la festa del lavoro ai 4.000 obbligazionisti della vecchia Carife, per i quali si è riaccesa la speranza di recuperare almeno in parte i 48 milioni di euro inghiottiti dalle perdite della banca.

Districandosi tra burden sharing e bail-in, avranno trascorso il fine settimana a studiare il decreto legge sulle banche, finalmente approvato venerdì 29 aprile in Consiglio dei ministri, e nella migliore delle ipotesi già in vigore da martedì 3 maggio. Se davvero i tempi, dopo tanta attesa e continui rinvii, siano stati quelli descritti, è impossibile dirlo al momento di scrivere questo articolo, basato sulle anticipazioni che potrebbero essere superate dai fatti. Nella speranza che i fatti siano avvenuti, perché l'attesa di tutti è diventata snerante.

Ma potrebbe non essere stata vana, l'attesa, e oggi potrebbero esserci finalmente buone notizie. Il governo ha ricevuto dai giuristi — spesso vituperati, talvolta a ragione — un grimaldello difficile da confutare, anche a Bruxelles. Il principio si può definire «legittimo affidamento», e va collegata al burden sharing cioè alla condivisione degli oneri, dei rischi; e a una data cruciale, il 1° l'agosto 2013.

Quel giorno la Commissione europea fece pubblicare sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea una «Comunicazione» che conteneva un ultimatum: da oggi in poi sarà considerato aiuto di Stato, e perciò in linea generale vietato, qualsiasi finanziamento per ripianare le perdite del settore bancario, che non sia preceduto dall'utilizzo del capitale di rischio (le azioni) e delle obbligazioni subordinate.

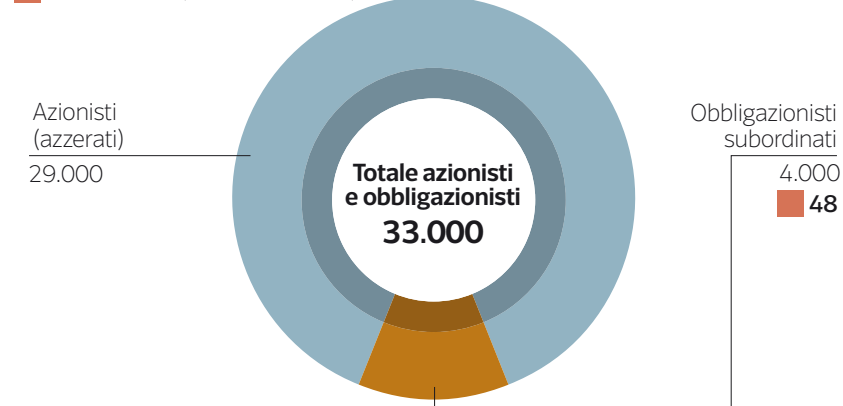
Perfino il Fondo interbancario di tutela dei depositi, al quale contribuiscono soltanto le banche (sia pure per legge) da quel momento è considerato aiuto di Stato ed è inservibile. Perciò Bruxelles aveva impedito che il Fondo diventasse azionista di Carife, nonostante la ricapitalizzazione fosse stata approvata dall'assemblea dei soci.

Ora il governo dice a Bruxelles: va bene, «da oggi in poi» (2013) non si può più; ma questo vale per chi investe «da oggi in poi». Chi sottoscrive azioni e obbligazioni deve sapere quale rischio corre. E anche a voler sorvolare sul fatto che non sempre questa consapevolezza esiste, o non sempre la banca abbia aiutato ad averla, resta un aspetto giuridico sostanziale: ho sottoscritto quando il rischio era di un certo tipo, l'intervento pubblico non era garan-

Le briciole di Carife

I risparmiatori coinvolti nella «risoluzione» della vecchia Cassa

■ valori stimati (in milioni di euro)



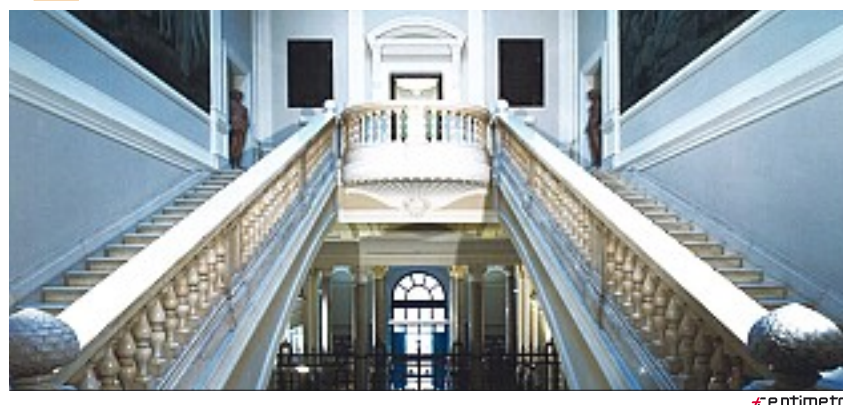
Obbligazionisti subordinati

Rimborsabili dal decreto annunciato



Casi critici con precedenza (*)

(*) Con patrimonio personale inferiore ai 100mila euro, per oltre il 50% concentrato in obbligazioni subordinate



Comunicazione
In piena estate la Commissione Ue «comunicò» di aver cambiato le regole del gioco

tito ma non era vietato, e mai fino ad allora gli obbligazionisti subordinati delle banche ci avevano rimesso la somma investita. Poi le regole sono state cambiate in corsa, senza una vera e propria legge e senza una informazione personalizzata, che non può essere rappresentata dalla pubblicazione sulla Gazzetta Ue di una Comunicazione destinata ai governi. Insomma io — poco importa se sia considerato risparmiatore o investitore — dovevo almeno essere messo in condizione di decidere, come avviene (per molto meno) quando la banca



Manager
Roberto Nicasio, ex direttore generale di Unicredit, è presidente delle «nuove» Banca Marche, Etruria, Carife e Carichiati

modifica le condizioni contrattuali: «Caro cliente, dal tale giorno il tuo contratto cambia così. Se vuoi, hai un mese di tempo per chiudere il tuo conto e riprenderti la somma depositata». Di lettere così ne riceviamo due tre l'anno, da qualche tempo. Per un cambiamento epocale ed economicamente importante come il burden sharing, neppure una circolare. Avevo un legittimo affidamento sulla restituzione.

L'interpretazione è stata concordata o almeno tollerata da Bruxelles? Lo capiremo nei prossimi giorni. Per ora significa che chi ha acquistato entro luglio 2013, a prescindere dal reddito e dalla quota di patrimonio, sarà rimborsato. Sembra ragionevole ipotizzare che almeno 3mila-3.500, siano in queste condizioni, per un importo stimabile in 40 milioni di euro.

Tra loro dovrebbero esserci i 180 «casi critici», per 6 milioni di euro, che perfino il presidente della banca-ponte, Raffaele Nicasio, ritiene meritevoli di rimborso con precedenza su tutti. Per i 500-1.000 sottoscrittori recenti, esclusi dal rimborso automatico, non resta che la rivolgersi alla commissione arbitrale dell'Autorità anticorruzione, presieduta da Ferruccio Auletta.

E i 29.000 azionisti? Le loro sorti sembrano segnate. Ma, 34 anni dopo la vicenda del Banco Ambrosiano, è stata rispolverata l'ipotesi warrant: un'opzione per acquistare a un prezzo prestabilito i titoli della banca-ponte, una volta ceduta nei prossimi mesi. Allora fu un successo, stavolta dovrebbe essere gratuito, per non far fuggire inorriditi i vecchi azionisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A Parma i **robot umanoidi** che montano 40 espositori in un'ora Così la Number 1, ex spin-off della Barilla, vuole mantenere la leadership nel settore della logistica

Con l'arrivo della prima linea antropomorfa di robot in Italia che la Number 1 festeggia i suoi 20 anni di attività.

La società di logistica nata come spin-off della Barilla e passata nel 2012 al gruppo veneto Fisi, specializzato nella filiera del largo consumo, ha stanziato 3 milioni di euro per fare un salto nel futuro: ora nell'hub da circa 90.000 metri quadrati di Parma «lavorano» da inizio marzo cinque robot umanoidi costruiti dalla torinese Comau (gruppo Fca), capaci di realizzare 40 espositori in cartone all'ora, da spedire già pronti e pieni di prodotti ai supermercati serviti. «Si tratta degli stand utilizzati per i prodotti in offerta» specifica Renzo Sartori, presidente di Fisi, il quale poi assicura: «Questi robot svolgono in maniera più veloce un lavoro che prima

veniva fatto manualmente, dando maggiore appeal all'azienda, ma il loro arrivo non si tradurrà in licenziamenti o alla chiusura di qualsiasi spazio per nuove assunzioni. Per mantenere la leadership in questo mercato bisogna puntare su sviluppo, specializzazione e occupazione: le attività che richiedono lavoro manuale non mancano».

I magazzinieri rimpiazzati dai robot, per intenderci, ora si dedicano ad altre mansioni, mentre in totale i dipendenti diretti di Number 1 sono oltre 350, più 2.000 indiretti. Specializzata nel mondo della grande distribuzione grocery, food e igiene personale e della casa, la società con sede amministrativa a Parma vanta tra i suoi clienti colossi come appunto Barilla, Star, Melin, Coca-Cola, Carlsberg e Gruppo Heinz, fatturando ogni anno circa 300 milioni di euro,



Numero uno Renzo Sartori, presidente di Fisi

con una quota di mercato del 18%. Con altri sette hub in tutto il Paese («Magazzini di grandi dimensioni: dai 20.000 metri quadrati di Catania ai 100.000 di Milano»), 25 transit point («Magazzini più piccoli per coprire la rete dell'ultimo miglio») e altri 25 magazzini di stabilimento («All'interno delle fabbriche per le quali lavoriamo»), Number 1 serve oltre 90.000 punti in tutta Italia, tra centri distribuzione della Gdo, negozi, Horeca e farmacie. «In campi come baby food e prodotti per le gelaterie siamo leader assoluti e abbiamo quote di mercato fino al 90%» assicura ancora Sartori, annunciando l'arrivo in futuro di altri umanoidi anche negli hub di Milano e Caserta.

«Sono dei robot con braccia antropomorfe ai quali si possono cambiare le pinze a seconda dei prodotti e per ora sono uti-

lizzati in progetti di co-packing — continua — Un robot monta l'espositore mentre gli altri quattro, su due linee, prendono i prodotti dal rullo trasportatore, li inseriscono nella confezione e poi impilano le scatole nei pallet da spedire. Sono arrivati a Parma poco prima di Natale, ma siamo stati noi a montarli e a sperimentarli prima di renderli effettivamente operativi». Tra gli altri progetti per il futuro, conclude Sartori, per Number 1 sono in programma nuove iniziative in termini ambientali («Camion più pieni per ridurre le emissioni di CO2»), gestione dei magazzini 24 ore su 24 e 7 giorni su 7 e il proseguo di progetti che «finora ci vedono ospitare ogni anno 20 o 30 neolaureati al fine di assumere i più meritevoli».

Beppe Facchini
© RIPRODUZIONE RISERVATA

THE COLOR RUN
Tropicolor
WORLD TOUR
2016

BY
**UNITED COLORS
OF BENETTON.**

RCS
Active Team

RCS Sport
Move your Business



30/04/2016 TORINO

14/05/2016 BARI

21/05/2016 TRENTO

28/05/2016 REGGIO E.

04/06/2016 FIRENZE

12/06/2016 GENOVA

18/06/2016 VENEZIA

23/07/2016 LIGNANO S.

06/08/2016 RIMINI

03/09/2016 MILANO

PER INFO E ISCRIZIONI: THECOLORRUN.IT

f | t | i | YouTube The Color Run Italia

PRESENTING SPONSOR

UNITED COLORS
OF BENETTON

TOP SPONSOR

ASUS

smart

OFFICIAL PARTNER

BROOKS

MEDIA PARTNER

La Gazzetta dello Sport
Tutto il mondo della vita

OFFICIAL RADIO

RADIO
105

OFFICIAL SUPPORTER

YAMAHA
Reach your dream

FASTWEB

talit

AGI

SANBENEDETTO
AQUAVITAMIN

RIO
more
Singer

INNOVATORI

Effetto Molenbeek, Securitaly «blinda» le centrali belghe

Nei primi mesi 2016 l'azienda di sicurezza cesenate ha aumentato i ricavi del 25%

Raggi X per il Centro studi dell'energia nucleare belga di Mol, in Belgio. A occuparsi della sua sicurezza post attacchi terroristici c'è anche la romagnola Securitaly. I suoi dispositivi scansioneranno tutto ciò che passa dai cancelli di quel luogo ritenuto obiettivo sensibile dal governo belga. E già lo fanno in stadi, ambasciate, atelier d'alta moda, banche, aeroporti. «Quando siamo nati nel 2006 non pensavamo che l'allarme terrorismo avrebbe influito sugli ordini, ma credevamo che il discorso sicurezza sarebbe stato sempre più importante», ammette Roberto Terranova, il legale rappresentante dell'azienda.

Quando si varca la soglia del loro quartier generale a Cesenatico sembra di entrare a Fort Knox. Tutti gli apparecchi di sicurezza che rivendono sono in bella mostra nel piano adibito a showroom. «Il nostro mercato principale è quello dei

»
Terranova
Già dagli
attacchi di
Parigi del
novembre
scorso c'è
stato un
aumento
esponenziale
nella
richieste,
soprattutto di
rilevatori
d'esplosivo

metal detector e degli scanner a raggi X — spiega Terranova — vendiamo in Italia e nel resto d'Europa, ad esempio nelle ultime settimane ci ha chiesto un preventivo l'ambasciata italiana a Copenaghen». Anche questo è successo a poche ore dagli attentati di Bruxelles. «Già dagli attacchi di Parigi del novembre scorso c'è stato un aumento esponenziale nella richieste, soprattutto di rilevatori d'esplosivo. Nel mese successivo a quel gravissimo fatto abbiamo avuto un numero di richieste pari a tutto il 2014. A oggi è in corso una trattativa con il Belgio, iniziata prima degli ultimi episodi di cronaca, per la sicurezza nei concerti in programma da maggio a luglio».

Terranova, in anni di lavoro in Italia e in Europa con il marchio Securitaly, è giunto a un'amara riflessione: «Le richieste ci sono nel momento del bisogno, non si agisce in maniera preventiva e questo



accade non solo in Italia, ma anche fuori dai nostri confini. Dopo le autobombe degli ultimi 5 anni nei pressi delle ambasciate all'estero sono fioccate le vendite di dispositivi di controllo sotto i veicoli. È anche il caso dei pacchi bomba. Dopo il primo allarme di qualche anno fa molte banche hanno chiesto il sistema di controllo esplosivi. Pure Equitalia si è accodata». È giunta anche la chiamata dallo Juventus Stadium che in clima di allarme rosso post Ba-

taclan ha ordinato metal detector in occasione del match di novembre con il Milan. I sistemi rivenduti da Securitaly sono presenti alla Consob e in ambasciate italiane in zone calde come in Libia, Libano e Afghanistan. Ma anche Gucci, più noto per le sue sfilate che per la diplomazia, si avvale dei servizi dell'azienda di Cesenatico.

Più che una domanda per Terranova è un ritornello. Perché c'è chi riesce a entrare nei

Test
Un dipendente prova un metal detector nella sede di Securitaly

tribunali o in altri luoghi sensibili armati? «La problematica — spiega — non è la macchina, ma l'uomo. Se la persona che è addetta al controllo non ha il giusto addestramento o le giuste istruzioni, la macchina potrebbe non fare quello per cui è stata studiata. Ricordo quando al tribunale di Napoli, che ha le nostre strutture, si è seguito il protocollo alla lettera. Si sono create file enormi al punto che è stato necessario aprire in via straordinaria un altro accesso. Con i metal detector si può evitare che qualcuno si avvicini a un personaggio da tutelare con armi e esplosivi. Ma specialmente contro gli ultimi attacchi terroristici a cui assistiamo la chiave della prevenzione è il servizio di intelligence, il resto è un palliativo».

Il fatturato conferma l'ipotesi iniziale dei fondatori. «Abbiamo chiuso il bilancio 2015 a quota 3,5 milioni di euro (+15% rispetto al 2014). Almeno il 30% del fatturato è costituito dall'export spalmato un po' in tutta Europa. Già da aprile assumeremo altro personale perché abbiamo sempre aumentato il fatturato in doppia cifra e il primo trimestre 2016 segna già +25%. Investiamo in R&D il 5% del fatturato; è fondamentale perché molti apparati sono obsoleti già dopo 3 anni».

Contatti con i servizi segreti? «Sappiamo chi chiamare in casi particolari. Ad esempio se abbiamo una richiesta dall'Iran di un jammer per il disturbo delle frequenze».

Alessandro Mazza
© RIPRODUZIONE RISERVATA

GRATIS

Invito ALLA PROVA

CONSEGNANDO L'INVITO ALLA PROVA POTRETE USUFRUIRE DI PARTICOLARI CONDIZIONI DI ACQUISTO

MAICO UDITO sereno

PROGRAMMA UDITO sereno

Da inviare compilato a Emilfon, Piazza dei Martiri 1/2 (BO) Tel. Numero Verde 800-213330 o consegnare compilato al centro Maico più vicino

MAICO Centri acustici

GRATIS INVITO ALLA PROVA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI MAICO.

LA PRESENTE PER CHIEDERVI LA PROVA GRATUITA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI PRESSO LA FILIALE MAICO DELLA MIA CITTÀ, SENZA NESSUN OBBLIGO NE IMPEGNO DA PARTE MIA.

Seleziona il quadratino corrispondente al luogo prescelto.

☐ Presso la nostra filiale

☐ Richiedo la prova gratuita direttamente a casa mia.

NOME _____

COGNOME _____

INDIRIZZO _____

CAP _____ CITTÀ _____

TELEFONO _____ ETÀ _____

PROFESSIONE _____

QUESTO MESE ANCORA PIU' CONVENIENTE

Cell. 347-2693518

NUMEROVERDE 800-213330

MAICO

BOLOGNA
Piazza dei Martiri, 1/2
Tel. 051 249140 - 248718 - 240794

BOLOGNA
Via Mengoli, 34 (di fianco alla Asl)
Tel. 051 304656

BOLOGNA
Via Emilia Ponente, 16/2
Tel. 051 310523

BOLOGNA
San Lazzaro Di Savena
Via Emilia, 251/D
Tel. 051 452619

ADRIA
Corso Mazzini, 78
Tel. 0425 908283

CARPI
Via Fassi, 52/56
Tel. 059 683335

CASTELFRANCO EMILIA
Corso Martiri 124
Tel. 059-928950

CENTO
Corso Guercino, 35 (Corte del teatro)
Tel. 051 903550

CESENA
Via Finali, 6 (Palazzo Barriera)
Tel. 0547 21573

FAENZA
Via Oberdan, 38/A (di fronte al parco)
Tel. 0546 621027

FERRARA
Piazza Castello, 6
Tel. 0532 202140

FORLI'
Via Regnoli, 101
Tel. 0543 35984

MODENA
V.le Menotti, 15-17-19
(Ang. L.go Garibaldi)
Tel. 059 239152

MODENA
Via Giardini, 11
Tel. 059 245060

RAVENNA
Piazza Kennedy, 24
(Galleria Rasponi)
Tel. 0544 35366

REGGIO EMILIA
Viale Timavo, 87/D
Tel. 0522 453285

RIMINI
Via Gambalunga, 67
Tel. 0541 54295

ROVIGO
Corso del Popolo, 357
(angolo Via Toti)
Tel. 0425 27172

SASSUOLO
Viale Gramsci, 15/A
Tel. 0536 884860

CASI DI SCUOLA

Bonifiche Ferraresi si candida a diventare la **Silicon Valley** dell'agroindustria italiana

L'ad Vecchioni: «Diversificheremo le produzioni, creeremo un nostro marchio e realizzeremo un campus interuniversitario»

di **Massimo Degli Esposti**

Cosa ci fanno **Cariplo**, **De Benedetti**, **Gavio**, **Cremonini**, **Dompè**, **Carilucca** e i **Mondino** nella Bassa ferrarese? Perché nomi che potrebbero sedere nel salotto buono di Mediobanca hanno scelto Jolanda di Savoia, un comune tra Pò e Volano di appena 3.019 anime e 10.800 ettari di superficie — quasi tutti almeno un metro sotto il livello del mare — come sede della loro BF Holding? La risposta è in un nome, Bonifiche Ferraresi, la più grande azienda agricola italiana e l'unica quotata in Borsa, e in un sogno: farne la Silicon Valley dell'agroindustria italiana. Concretizzarlo spetterà a **Federico Vecchioni**, ex presidente nazionale di Confagricoltura, chiamato a tradurlo in un progetto con la carica di amministratore delegato.

«Per la prima volta in Italia

— dice — la finanza incontra l'agricoltura. L'obiettivo è massimizzare i rendimenti fondiari, valorizzando le produzioni, efficientando la gestione, introducendo il massimo della tecnologia disponibile. Sarà il primo esperimento in Italia e in Europa di agricoltura 4.0». Qualcosa in proposito lo vedremo già venerdì prossimo, quando il colosso americano della meccanizzazione agricola **John Deere**, in una cerimonia a cui parteciperà anche il ministro dell'Agricoltura **Maurizio Martina**, consegnerà il primo lotto di venti macchine agricole, sviluppate in accordo con Bonifiche nel quadro di una partnership industriale. Con le prime opere irri-

Salotto buono
De Benedetti, Gavio, Dompè e Cremonini: i big della finanza scoprono la campagna

Chi è



● **Federico Vecchioni**, ad di Bonifiche Ferraresi

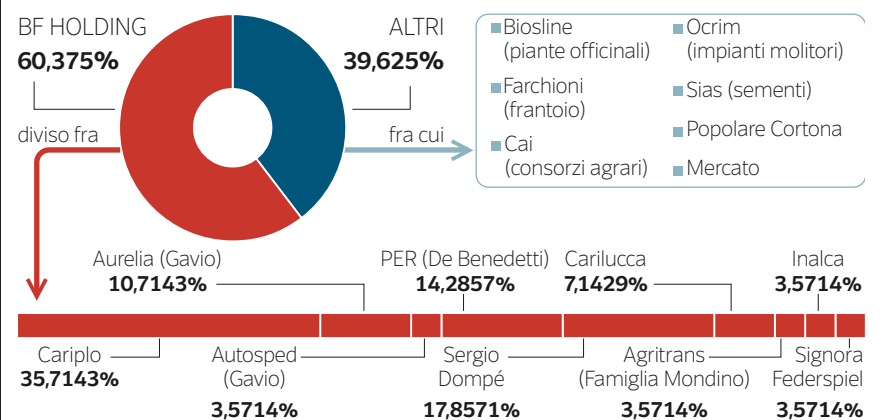
● È stato presidente nazionale di Confagricoltura

gue e la georeferenziazione dei suoli sono i primi investimenti del piano da 32 milioni di euro 2015-2019, finanziato con un aumento di capitale di pari importo realizzato nei mesi scorsi.

Ma l'avventura dei capitani coraggiosi di BF Holding era iniziata nel 2014 quando Bonifiche Ferraresi era finita sul mercato. Nata nell'800, durante il Ventennio aveva strappato alle paludi 25.000 ettari di Delta; nel Dopoguerra, finita nel portafoglio di **Bankitalia**, era stata quotata in Borsa. Da allora l'estensione si era via via erosa, ma i 4.000 ettari rimasti nel comune di Jolanda di Savoia, più gli altri 1.500 circa di Cortona, nell'aretino, ne fanno comunque di gran lunga l'azienda agricola più grande d'Italia. Bankitalia aveva cercato più volte di sbarazzarsene, ma la cessione si è concretizzata solo all'inizio del 2014 con l'offerta da 104 milioni della cordata Bf Holding a cui si sono aggiunti, con l'aumento di capitale dell'anno

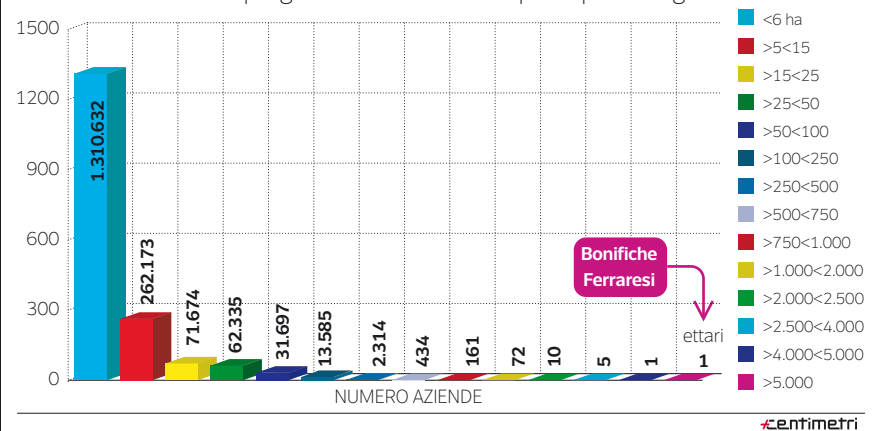
I numeri

Principali azionisti di Bonifiche Ferraresi



La classifica

Bonifiche ferraresi è la più grande azienda italiana per superficie agricola utilizzata



scorso, il produttore di olio **Farchioni**, i Consorzi agrari del **Cai**, il produttore di impianti molitori **Ocrim**, la **Sis**, Società Italiana Sementi, il produttore di piante officinali **Bios line**, la **Popolare di Cortona**. Il primo esercizio della nuova gestione si è chiuso con ricavi di 8,5 milio-

ni, un valore della produzione in crescita del 14% a 15,3 milioni, una posizione finanziaria netta attiva per 23,6 milioni. Tuttavia, precisa Vecchioni, «l'anno scorso non abbiamo potuto far altro che proseguire l'attività impostata dalla precedente proprietà: i primi frutti



C.B.A. DEI LUBRIFICANTI S.P.A.



Il continuo sviluppo delle tecnologie e il progredire della ricerca ci ha portato in questi trentanni di attività a proporre ai nostri clienti sempre il massimo reperibile sul mercato!

Specializzati nella lubrificazione industriale ed autotrazione offriamo prodotti e servizi

ineccepibili in maniera capillare in tutta la regione.

Sempre più sono i marchi che offriamo con le diverse specialità che vanno dal settore:

LUBROREFRIGERANTI ultima generazione di privi di boro e formaldeide;

LUBRIFICANTI ALIMENTARI per ogni fase della catena produttiva;

ADDITIVI SPECIALI per il mondo autotrazione;

GRASSI TECNICI per ogni tipo di condizioni, anche le più avverse



C.B.A. dei LUBRIFICANTI S.p.A. - Via XX Settembre, 21/23 - 40057 CADRIANO (BO)
Tel. 051 76 66 62 - Fax 051 76 61 14 - www.cbadeilubrificanti.it - e-mail: info@cbadeilubrificanti.it





Hi-tech
Sopra un trattore per la georeferenziazione dei terreni; a sinistra operai al lavoro per il piano irriguo della Val di Chiana

del nostro progetto si vedranno con i raccolti di questa estate».

Dottor Vecchioni, lei rappresenta un gruppo di soci che non sfigurerebbero nel patto di sindacato di una multinazionale o di una grande banca. Cosa li ha uniti in un'avventura così atipica e ap-

parentemente così poco remunerativa?

«Il nostro è un progetto unico nel suo genere in Italia e in Europa. Da un lato crediamo che presidiando l'intera filiera agricola sia possibile trattenere una quota di valore sufficiente a remunerare adeguatamente gli

investitori. Dall'altro abbiamo l'ambizione di rinnovare profondamente il modello imprenditoriale, generando ricadute positive su tutta l'agricoltura italiana in termini di efficienza, tecnologia, innovazione e sostenibilità».

Come intendete presidiare

l'intera filiera agricola?

«Innanzitutto pensiamo che non sia più possibile restare soltanto produttori di commodities, tra l'altro in un momento di forte caduta dei prezzi per cereali e riso. Perciò avvieremo nostre linee di trasformazione e confezionamento, per esempio nella lavorazione del riso e nella perlatura dell'orzo. In futuro nel pomodoro e nell'ortofrutta. Si tratta insomma di ripercorrere il cammino compiuto vent'anni fa dai nostri colleghi del vino. Diversificheremo le produzioni, puntando sulle specialità ufficiali, sull'olio, sulla zootecnia. La nostra dimensione ci permetterà poi di rapportarci direttamente con le centrali della grande distribuzione organizzata per arrivare senza intermediari dal produttore al consumatore, sempre con un nostro marchio commerciale».

Cosa intende invece per agricoltura 4.0?

«Le nuove tecnologie infor-

matiche e la georeferenziazione dei terreni consentono oggi di applicare anche su gradi superficiali le tecniche dell'agricoltura di precisione. Significa mappatura minuziosa dei terreni, ottimizzazione delle semine e dei trattamenti, monitoraggio satellitare degli stati vegetativi delle piante, minori consumi di acqua nell'irrigazione. Le faccio un esempio: a Jolanda di Savoia abbiamo rivisto il sistema di controllo delle acque, recuperando circa 50 ettari coltivabili dai fossi dismessi. Nel complesso riteniamo che applicando al meglio le tecnologie esistenti sia possibile alzare la marginalità fino al 24%».

Le nuove frontiere dell'innovazione?

«Cento ettari saranno a disposizione della ricerca. Venti li userà Sis per sperimentare in campo nuove colture, gli altri serviranno per l'attività di ricerca del campus universitario inter accademico che realizzeremo all'interno dell'azienda, con aule, laboratori e posti letto per studenti e ricercatori. La presenza nell'azionariato dei Consorzi agrari permetterà di diffondere ogni innovazione lungo la più capillare rete di servizio all'agricoltura che ci sia in Ita-

lia».

E Cremonini si occuperà dell'altra novità, il debutto nella zootecnia...

«Certo partiamo avendo già garantito lo sbocco commerciale. Ma anche il progetto zootecnico sarà innovativo. Partiremo con 5.000 capi da carne di razza francese, con l'obiettivo però di passare progressivamente alla selezione e al recupero delle razze autoctone italiane. Mille e seicento ettari saranno dedicati alla produzione dei mangimi, mille ettari saranno concimati con i liquami prodotti anziché con chimica di sintesi. L'idea guida, insomma, è realizzare



Oggi diamo lavoro a 40 addetti fissi e 120 stagionali: pensiamo che a regime l'incremento sarà almeno a due cifre

una zootecnia sostenibile e complementare all'agricoltura».

Quale sarà la ricaduta occupazionale?

«Oggi diamo lavoro a 40 addetti fissi e 120 stagionali; pensiamo che a regime l'incremento sarà almeno a due cifre. Ma sarà soprattutto un lavoro diverso perché l'evoluzione tecnologica richiederà professionalità molto più qualificate. Anche per questo sono convinto che da Jolanda di Savoia partirà una rivoluzione per tutta l'agricoltura italiana».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Corriere della Sera presenta

NUOVE PASSEGGIATE D'AUTORE

PHILIPPE DAVERIO
La buona strada
150 passeggiate d'autore a Milano, in Lombardia e dintorni

EDIZIONE AMPLIATA CON NUOVE METE

STUDIO DISPARI

NUOVA EDIZIONE AGGIORNATA

Santa Maria delle Grazie
CERTOSA DI PAVIA

PHILIPPE DAVERIO LA BUONA STRADA

La penna curiosa e impertinente di Philippe Daverio diventa la guida per visitare i luoghi più belli di Milano e dei suoi dintorni. Corriere della Sera presenta *La buona strada*: 150 itinerari d'autore alla scoperta delle bellezze delle città, delle province e delle campagne lombarde. Da San Gottardo in Corte all'Isolino Virginia sul lago di Varese, da Lecco a Chiari: una guida d'eccezione per un viaggio tra i monumenti e le più affascinanti testimonianze d'arte, di storia e di cultura del nostro territorio.

DAL 14 APRILE IN EDICOLA E IN LIBRERIA A € 9,90*

Rizzoli

CORRIERE DELLA SERA
La libertà delle idee

* Oltre il prezzo del quotidiano.

TERRITORI E CITTÀ

La lenta marcia delle **imposte** locali Calano i contribuenti, ma sale l'Irpef

Gli aumenti maggiori a Reggio Emilia e a Bologna il gettito più alto

di **Angelo Ciancarella**

Identikit

● La legge di stabilità 2016 vieta l'aumento di tutti i tributi locali, ad eccezione della Tari

● Anche le addizionali Irpef, regionale e comunale, restano ferme un anno

● Secondo la Cgia di Mestre i tributi locali, aumentati dell'8% dal 2010, con un maggior gettito di 7,7 miliardi di euro

La galoppata delle imposte locali, inarrestabile negli ultimi anni anche in Emilia-Romagna, è in brusca frenata. La legge di stabilità 2016 vieta l'aumento di tutti i tributi locali, ad eccezione della Tari, la tassa sui rifiuti. Perciò anche le addizionali Irpef, regionale e comunale, restano ferme (almeno) un giro. Per non dire dell'abolizione di Imu e Tasi sulla prima casa: per i contribuenti, forse, la salita è finita.

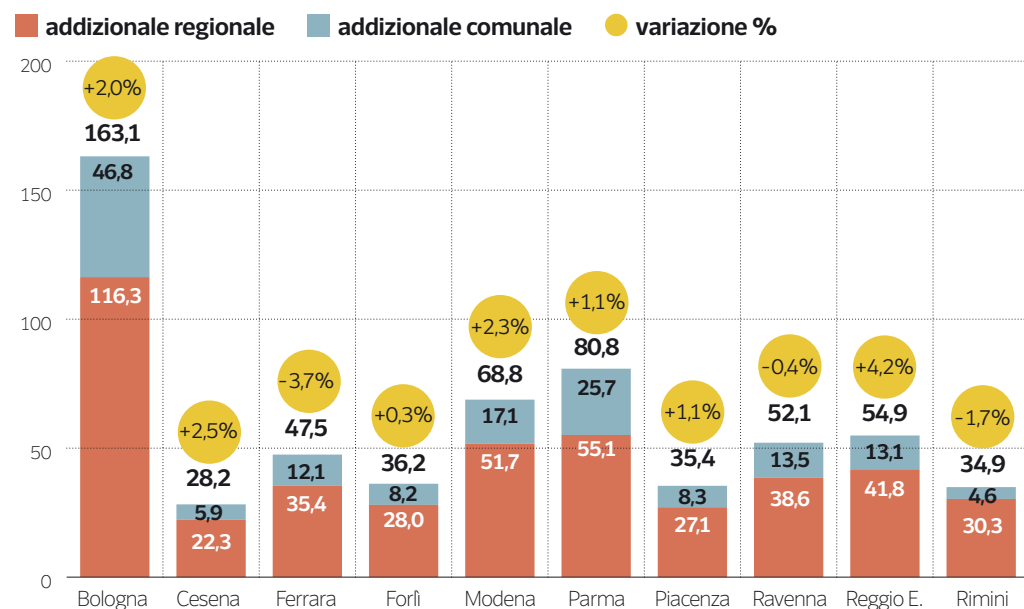
I redditi reali sono diminuiti negli ultimi anni: tra il 2010 e il 2014 la forbice è compresa tra il -1,4% di Modena (che nella regione, con un imponibile medio di 25.052 euro, è superata solo da Bologna e Parma, oltre quota 26.000 euro) e il -3,7% di Rimini, che è pure in coda alla ricchezza, con 21.857 euro di reddito medio. Sono importi calcolati sui contribuenti dell'intera provincia, e sono stati diffusi a inizio mese dal dipartimento delle Finanze. Negli stessi giorni una elaborazione della Cgia di Mestre ha rilanciato la questione dei tributi locali, aumentati dell'8% dal 2010, con un maggior gettito di 7,7 miliardi di euro.

Anche il numero dei contribuenti scende, come effetto diretto della crisi economica. E quindi la pressione fiscale pro-capite è certamente cresciuta. A livello regionale lo conferma una elaborazione compiuta sulla banca dati delle Finanze, relativa agli ultimi tre anni di imposta. Per poter

1,4

Per cento è la diminuzione del numero dei contribuenti registrata negli ultimi tre anni in regione come effetto della crisi economica

Gettito Irpef 2015 nelle province dell'Emilia-Romagna



Fonte: Elaborazione Corriere Imprese su open data Mef - dipartimento Finanze - *dati in milioni di euro

centimetri

considerare l'addizionale comunale Irpef, i dati riguardano solo i dieci comuni capoluogo, e non la popolazione dell'intera provincia. Ebbene, tra il 2013 e il 2015 i contribuenti sono diminuiti dell'1,4%, corrispondente a quasi 14.000 persone fisiche: da poco più di 1 milione 39.500 a 1 milione 25.500.

Nelle stesse dieci città il gettito delle addizionali Irpef, comunale e regionale, è invece aumentato dell'1%, da poco meno di 596 a 601,9 milioni di euro. Portando l'analisi a livello comunale (sempre limitatamente ai dieci capoluoghi) gli incrementi maggiori riguardano Reggio Emilia (+4,2%) Cesena, Modena e Bologna, tutte oltre il 2%. Ovviamente il +2% di Bologna ha un peso maggiore, perché è avvenuto sul gettito più grande, che nel 2015 ha superato i 163 milioni di euro (con oltre 242mila contribuenti). In pochi casi il gettito è diminuito: in misura modesta a Rimini e Ravenna,

in misura significativa a Ferrara, dove i 47,5 milioni di euro rappresentano un calo del 3,7% (con i contribuenti a loro volta diminuiti dell'1,7%).

Quasi tre quarti del gettito, il 74% pari a 446,6 milioni di euro, va attribuito all'addizionale regionale, che nel 2015 oscillava fra l'1,33% per i redditi fino a 15.000 euro e il 2,33% per i redditi oltre 75.000 euro. Aliquote naturalmente confermate nel 2016. Poco più del 25%, per 155,3 milioni di euro, deriva dalle addizionali comunali. Parma e Bologna impongono a tutti i contribuenti l'aliquota massima consentita dalla legge, pari allo 0,8%, però con l'esenzione fino a 10.000 (Parma) o 12.000 euro (Bolo-

Incasso

Quasi il 74% pari a 446,6 milioni di euro, dipende dalla addizionale regionale

gna). Non a caso in queste città la quota di addizionale comunale è ben maggiore della media, e rappresenta, rispettivamente, il 31,8 e il 28,7% del totale delle due addizionali Irpef. Quasi tutti gli altri comuni hanno scelto l'opzione del ventaglio di aliquote per scaglioni di reddito, con lo 0,8% limitato ai redditi lordi superiori ai 75.000 euro. Ma l'aliquota iniziale oscilla fra 0,39% e 0,6%. Talvolta è prevista una fascia di esenzione, con il massimo a Rimini (17.000) e Reggio Emilia (15.000 euro), e importi minori a Cesena (10.000) e Forlì (8.000).

Il primato di Rimini non riguarda solo l'esenzione ma anche l'aliquota, bassa e fissa: 0,3% per tutti. Non a caso il gettito di 4,6 milioni di euro rappresenta appena il 15% del totale delle due addizionali: sulla costa un aiuto importante arriva dalla tassa di soggiorno, che frutta alcuni milioni di euro l'anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La novità

L'appuntamento

Dopo il Sib, Fiera di Rimini ci riprova
Arriva Music Inside

Dal 7 maggio la kermesse delle tecnologie audio e video live

Dopo il Sib, la kermesse dei locali da ballo, Fiera di Rimini ci riprova e lancia la prima edizione del Music Inside, la kermesse degli impianti audio e video per eventi dal vivo. Da sabato a lunedì l'expo romagnolo diventerà un punto di riferimento per tutti gli esperti del mondo dello spettacolo, della musica e dell'entertainment. Tutti riuniti per una non stop di tre giorni, 24 ore su 24, alla ricerca di suoni, novità, incontri e concerti. Sul palco e in consolle saliranno infatti Irene Grandi, Modena City Ramblers, Quintorigo & Roberto Gatto, Nina Kravitz, Solomun, Ricardo Villalobos, che nel weekend accenderanno i padiglioni di Rimini Fiera. Otto le ribalte allestite per l'occasione su cui guardare e testare le più recenti tecnologie per la musica live. Dalle luci, ai laser, ai prodotti di ultima generazione, agli assetti studiati per differenti tipologie di appuntamenti, in stadi e teatri ad esempio. All'interno della fiera ci saranno aree dedicate a tematiche diverse: nella Fun clubbing zone gestori e produttori discografici si confronteranno su performance e nuove tendenze; nell'area business troveranno spazio i grandi marchi e le firme del settore; il villaggio delle arti invece ospiterà workshop e ancora spettacoli.



Concerti Al Music Inside Rimini anche tanti concerti e due dj-set che trasformeranno la fiera in discoteca

Solo in Italia l'economia del divertimento notturno vanta un giro d'affari di 70,7 miliardi di euro, con un'occupazione di oltre un milione e 400 mila persone e con un settore, quello degli impianti, che primeggia in tutto il mondo dall'alto dei 600 milioni di euro di ricavi. Questi sono solo alcuni dei dati forniti da Apias, l'associazione di produttori e importatori di attrezzature per lo spettacolo, che ha organizzato la kermesse assieme a Rimini Fiera, Silb Fipe, l'associazione dei locali da ballo, ed Ena, l'Europea nightlife association.

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un canone periodico per riscattare la **casa** con detraibilità fiscale

Unicredit lancia il leasing immobiliare abitativo. Crif: nel 2015 gli importi dei mutui calati del 3,3%

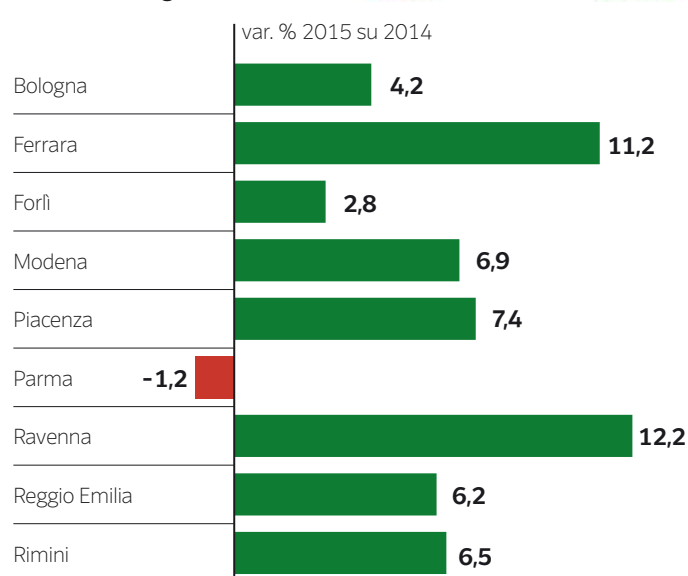
Mentre si conferma la lenta ripresa del settore immobiliare, con aumento delle compravendite e dei mutui erogati alle famiglie per l'acquisto della casa, Unicredit per prima in regione lancia la nuova formula del leasing immobiliare abitativo.

Il leasing, strumento tradizionalmente dedicato a imprese e partite Iva, diventa accessibile anche ai privati per l'acquisto della prima casa grazie alle nuove disposizioni previste dalla Legge di Stabilità 2016. Unicredit, attraverso la controllata UniCredit Leasing, ha messo a punto infatti «Leasing Valore Casa» che dal 26 aprile è disponibile presso le filiali del gruppo in tutto il territorio regionale. In pratica UniCredit Leasing acquisterà l'immobile e l'utilizzatore pagherà un «canone periodico», potendo alla fine ri-

scattare la casa. Il grande vantaggio è la detraibilità fiscale. Per gli over 35 con redditi sotto i 55.000 euro i canoni sono detraibili ai fini Irpef nella misura del 19% fino a 4.000 euro l'anno e il riscatto finale fino a 10 mila euro. Ancora maggiore il vantaggio per gli under 35 con redditi sotto i 55.000 euro: gli importi raggiungono gli 8.000 euro per i canoni e 20.000 euro per il costo di acquisto a fronte dell'esercizio dell'opzione finale. L'importo minimo erogabile è di 50.000 euro; i piani di rimborso variano da 10 a 30 anni. L'anticipo minimo richiesto al cliente (maxi-rata iniziale) equivarrà al 20% del valore d'acquisto dell'immobile. Il legislatore ha previsto anche la possibilità di chiedere la sospensione della rata di leasing per un massimo di 12 mesi in caso di perdita del lavoro. Per i mutui ipotecari è previsto invece che

Il borsino della casa

Compravendite immobiliari in Emilia-Romagna



Elaborazione Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa su dati Agenzia delle Entrate

centimetri



le banche possano entrare in possesso dell'immobile oggetto dell'ipoteca dopo 18 rate di mutuo non pagate.

Proprio la stretta selettiva operata dalle banche nell'erogazione del credito ha prodotto l'anno scorso un calo del 3,3% degli importi medi erogati per i mutui casa (122.942 euro la media nazionale), secondo quanto rileva uno studio di CRIF Credit Solutions. L'Emilia-Romagna però ha fatto registrare nel 2015 importi medi erogati superiori alla media con 128.105 euro. Piacenza si classifica al primo posto in regione e al terzo posto assoluto nazionale con 164.626 euro, in crescita del 21,2% sul 2014. Segue Parma con 154.026 euro che la classifica al quarto posto assoluto in Italia. Parma è la provincia emiliana ad aver fatto registrare anche l'incremento più significativo, con +28,7% ri-

petto al 2014. Fanalino di coda è Forlì-Cesena, con 113.092 euro (-5,7%) mentre Modena è la provincia che ha fatto registrare il calo più marcato (-12,5% e un importo medio di 121.275 euro). In negativo anche il capoluogo Bologna (-5,4%) con un importo medio di 125.197 euro.

Secondo un'elaborazione dell'ufficio studi Tecnocasa, invece, l'andamento delle compravendite è risultato positivo l'anno scorso, grazie al ribasso dei prezzi e ai tassi particolarmente vantaggiosi. A livello nazionale sono state 444.636 con un aumento del 6,5%. In Emilia-Romagna il primo posto spetta a Ravenna (+12,2%), seguita da Ferrara (+11,2%). In negativo solo Parma (-1,2%) mentre Bologna ha fatto registrare un +4,2% con 4.502 transazioni.

F. C.

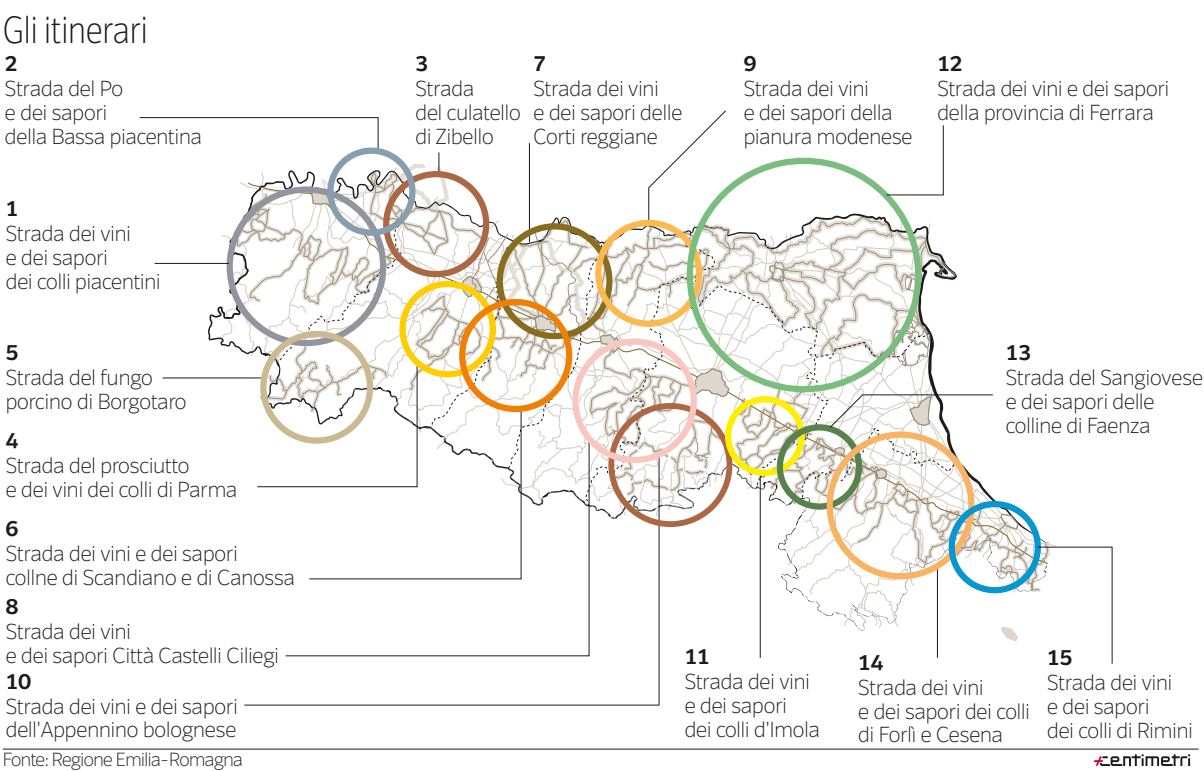
© RIPRODUZIONE RISERVATA

FOOD VALLEY

Nuovi fondi e sinergie con la Regione Le strade del **vino** puntano sul turismo

Intanto i quattro itinerari della Romagna vorrebbero già unirsi per collaborare

«Non basta fare un buon vino. Deve piacere, legarsi al territorio e rendere. Come direbbero a Bologna, è un altro film...». **Ana Gravano Russomanno** della Strada dei Vini e dei Sapori «Città Castelli Ciliegi», che si snoda lungo le vigne bolognesi-modenesi, esce soddisfatta dalla riunione convocata dall'assessore **Simona Caselli** sul futuro dei 15 itinerari enoici regionali. A breve i rappresentanti delle Strade si riuniranno attorno ad un unico tavolo insieme all'Apt e agli assessorati all'Agricoltura e al Turismo. «Si profila una visione coordinata di marketing territoriale: il binomio agricoltura e turismo sembra finalmente possibile». In arrivo ci sono fondi ad hoc dal Psr 2014-2020 (misura 16.3.02 - "Sviluppo e commercializzazione dei servizi turistici inerenti il turismo rurale. Itinerari turistici") ed una nuova legge regionale sul Turismo appena approvata ma non ancora definita, come precisa Russomanno. «L'Apt, ad esempio, gestirà il contributo per l'Appennino ma non si sa ancora quale sia l'ammontare e se nel direttivo sarà coinvolto un rappresentante dell'Agricoltura o chi ha fino ad oggi ben lavorato per l'Unione di prodotto Appennino e Verde». La svolta era attesa da tempo perché le cose non è che siano andate sempre per il verso giusto. Spiegano alcuni rappresentanti della Romagna presenti all'incontro: «Non si possono promuovere percorsi enogastronomici nell'entroterra quando sono gli stessi albergatori della riviera a non volerli per il timore di perdere il turista a pranzo o a cena...». **Gianluca Tumidei**, presidente della Strada dei Vini di Forlì e Cesena nonché viticoltore e olivicoltore di tutto rispetto (il suo premiatissimo olio viene persino venduto in Giappone a 60 euro al litro) pone l'accento sulla difficoltà spesso riscontrata nella commercializzazione dei propri prodotti sulla costa. «Capita che le tipicità nostrane vengano



no escluse solo per risparmiare qualche spicciolo». Una strategia che non paga, ne è certo **Gaetano Callà**, presidente della Strada di Rimini (un consorzio in piena salute con sessanta soci all'attivo). «Entroterra e costa devono viaggiare uniti». Fa punto e capo la numero uno dell'Agricoltura di via Aldo Moro: «L'Emilia-Romagna vanta uno straordinario patrimonio rappresentato da un'agricoltura di qualità, prodotti famosi in tutto il mondo, una natura con un altissimo indice di biodiversità, paesaggi suggestivi, una ricca offerta enogastronomica, ricettiva e culturale. Vogliamo valorizzare tutto questo in chiave turistica, guardando a quella quota crescente di persone che quando viaggiano cercano soprattutto esperienze autentiche, qualità, tipicità, tradizione». Si riferisce

ai dati divulgati quest'anno alla Bit: «per il 64% dei turisti stranieri l'Italia è associata ai piaceri di cibo e vini (Report Imago)». E a quelli dell'Osservatorio sul turismo del vino che danno un valore all'enoturismo italiano, cioè 2.500.000.000 euro. «Lo stiamo facendo — aggiunge — mettendo in campo molteplici strumenti. È su Sky Arte "Cult food Emilia-Romagna" una trasmissione promossa dalla Regione sul cibo come elemento di forte identità culturale e territoriale, mentre a Vinitaly abbiamo presentato un'applicazione per smartphone in italiano e inglese che permette di avere immediatamente a disposizione tutta l'offerta enogastronomica, turistica ed eventistica regionale (presto saranno georeferenziate anche le Strade e i soci)».

Tumidei (Stada dei vini di Forlì)
Non si possono promuovere percorsi enogastronomici nell'entroterra quando gli stessi albergatori della Riviera non li vogliono per paura di perdere il turista a pranzo o a cena

Le Strade dei vini e dei sapori possono essere uno strumento importante di promozione del nostro territorio proprio in questa ottica di sistema e nella cornice della nuova legge turistica regionale. «Per questo — incalza — ho voluto avviare un confronto con i rappresentanti dei 15 itinerari per arrivare a mettere in campo progetti e soluzioni condivise, anche utilizzando le risorse previste dal Psr». E andare oltre, portando le proposte del Tavolo all'attenzione degli enti locali. Vero è che i comuni hanno sempre meno soldi, però potrebbero contribuire mettendo a disposizione altre risorse, personale e info point. Intanto le quattro Strade della Romagna vorrebbero unificarsi ma la legge non lo permette. In futuro, chissà. E allora via ad iniziative in collaborazione «sperando — osserva Callà — nel sostegno delle Istituzioni affinché "ai 15" venga riconosciuto un ruolo turistico» vero e proprio così da affiancare gli albergatori nelle fiere in giro per il mondo».

Ba. Be.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ferrara
Ortofrutta



Il Cso di Ferrara fa tappa a New Delhi
Obiettivo: ampliare le esportazioni

Il Centro servizi ortofrutticoli di Ferrara fa tappa a New Delhi. Obiettivo: presentarsi alla decima economia al mondo per pil nominale per ampliare le proprie esportazioni. L'occasione è stata data dal Programma straordinario made in Italy, coordinato dall'Istituto nazionale per il commercio estero in collaborazione con Forum of indian food importers, Image group e Sector media. Durante il seminario organizzato per l'occasione nella capitale indiana, Paolo Bruni, presidente di Cso Italy (al centro nella foto), ha preso in esame il contesto produttivo, evidenziando i flussi di mercato e le potenzialità di sbocco per il Belpaese. «L'incremento delle esportazioni italiane in questo stato — ha detto il presidente di Cso — può dare vantaggi a doppio senso: qui si avrebbero produzioni diversificate e di qualità, mentre in Italia si potrebbero incrementare gli scambi commerciali». Attualmente l'India presenta, a livello di import, un trend in costante crescita per numerosi prodotti ortofrutticoli tra cui le mele, importate da Cina (circa 40%), USA (salite oltre il 30%), Cile (in flessione attorno al 10%), Nuova Zelanda (in ascesa oltre il 10%), e dall'Italia con oltre 10.000 tonnellate esportate nel 2015. Per quanto riguarda invece il Kiwi, il Belpaese è il suo primo fornitore insieme alla Nuova Zelanda. «L'India è un paese dalle grandi potenzialità perché può importare numerosi prodotti ortofrutticoli italiani come mele, arance, pere, kiwi, uva e susine ed è una economia in forte crescita» si legge nella nota diffusa da Cso.

F. C.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

- L'agenda**
- 2 maggio All'Università di Ferrara l'incontro «La sicurezza alimentare e le regole dell'etichettatura degli alimenti: sappiamo cosa mangiamo?». Alle 15
 - 3 maggio A Bologna presentazione dello sportello «Speak & Care» per sostenere e potenziare il benessere in azienda. In via San Domenico 4, dalle 9.30
 - 6 maggio All'Università di Parma incontro dalle 10.30 con Antonio Maselli, presidente di Maselli misure, per parlare di «Università e imprese per l'alimentare»
 - 7 maggio A Bologna sfida di programmazione robotica con oltre 40 team di giovani studenti provenienti da tutta Italia. Dalle 10 alle 18 all'Opificio Golinelli
 - 7 maggio A Maranello di Modena appuntamento per parlare delle opportunità di creazione di impresa sul nostro territorio. Dalle 17
 - 11 maggio C'è tempo fino al 11 maggio per iscriversi alla 7ª edizione del Concorso enologico «Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco»

Stagione per stagione

Consumi di **finocchio** in costante aumento E si studia la varietà che copre tutto novembre

di **Barbara Bertuzzi**

«È un prodotto tipicamente italiano. Quasi il 95% dei volumi mondiali proviene dal nostro Paese». Da quindici anni Marco Babbì e Vittorio Caligari guidano a Savignano sul Rubicone (Cesena) un'azienda leader nella produzione e commercializzazione del finocchio, circa 65.000 quintali venduti solo nell'ultimo anno (inclusa la prima gamma confezionata) e un fatturato in crescita del 15% con un'interessante quota d'export diretta verso Austria, Svizzera, Francia, Inghilterra e Germania (www.finocchioitaliano.com). «Laviamo ogni frutto con acqua ozonizzata». Un processo che consente una decontaminazione dei batteri sana e sicura e che allunga la shelf-life. «Ora puntiamo sull'internazionalizzazione del prodotto investendo all'estero in marketing, promozione e divulgazione delle sue proprietà benefiche». Infatti, l'ortaggio buono e salutare, ricco

di fibre, piace sempre di più un po' ovunque. Lo dicono i consumi in costante aumento in Italia e in tutta Europa. «Solo in Romagna — fanno sapere — raccogliamo 30.000 quintali di prodotto grezzo all'anno su una superficie coltivata di 50 ettari in tendenziale aumento, con attenzione massima alla ricerca di nuove varietà geneticamente più performanti e produttive perché oggi — sottolineano — produrre bene, costa». Il finocchio per il mercato nazionale deve essere «bianco, perfettamente liscio — quindi fresco — croccante, sodo e di calibro 400 g +. All'estero, invece, dove si gusta soprattutto cotto, spediamo un prodotto ancora verde in grado di mantenersi a lungo, di dimensioni decisamente inferiori (400 g -)». La raccolta, su 200-300 ettari complessivi in Emilia-Romagna, si concentra in maggio e giugno per riprendere da fine settembre a metà novembre, spiega Larry Bottolo di Enza Zaden



La pianta
Il finocchio (Foeniculum vulgare Mill.) è una pianta erbacea mediterranea della famiglia delle Apiaceae (Ombrellifere). Tra le varietà, il Bianco Perfezione, Bianco dolce di Firenze, Finocchio di Parma, Finocchio di fraccia, Gigante di Napoli, Grosso di Sicilia

(prezzi all'ingrosso da 50 a 90 centesimi al chilo; fonte Caab). «Tra le varietà primaverili segnaliamo Solaris e una novità, Tenace, che si presta bene ai trapianti di marzo grazie alla capacità di crescere anche a condizioni termiche non ottimali, offrendo in più un bulbo dal colore bianco brillante, consistente e lento a spugnare. La caratteristica principale di Preludio, che si raccoglie in giugno quando il termometro si alza, è l'ottima resistenza alla salita a seme oltre al calibro uniforme, fusti pieni, alto peso specifico e qualità. Poi in autunno domina Tiberio che sopporta bene le temperature talora elevate durante il trapianto». Intanto la ricerca genetica lavora per allungare la stagione produttiva nella nostra regione. «Adesso — aggiungono gli imprenditori ortofrutticoli — attendiamo una varietà che possa coprire anche tutto il mese di novembre».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

f t g+ www.giroditalia.it

GIRO D'ITALIA. LA CORSA PIÙ DURA DEL MONDO NEL PAESE PIÙ BELLO DEL MONDO.

zampediverse

600 COMUNI D'ITALIA ATTRAVERSATI.
40 LOCALITÀ DI PARTENZA E ARRIVO COINVOLTE.

CONOSCI QUESTA MERAVIGLIA DELLA NATURA? IL GIRO D'ITALIA È LA VETRINA INTERNAZIONALE DEL PAESE PIÙ BELLO DEL MONDO. SEGUI IL NOSTRO VIAGGIO SU **GIRODITALIA.IT**.

enel

mediolanum

ALGIDA

EURO
Spin

3
Tre.it

casa.it

La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

RCS Sport
Move your Business

Giro d'Italia
06 - 29 / 05 / 2016



OPINIONI
& COMMENTI

L'analisi

Startup,
una comunità
allunga la vita

SEGUE DALLA PRIMA

Accanto alla paura del fallimento c'è la condizione di orfanità in cui versano non poche startup. Nei primissimi anni di vita le nuove imprese sono molto vulnerabili sia per carenza di risorse finanziarie vuoi per immaturità dei prodotti e servizi offerti e, ancora, per l'incertezza che circonda il mercato di riferimento: le loro proposte saranno appetibili per i consumatori? Per contenere il numero degli orfani, lo strumento più correntemente adottato è il business plan. Questo è un documento assimilabile al ruolo svolto dai genitori verso i loro bebè. Si tratta di fissare degli obiettivi di crescita, motivare le ragioni che li rendono raggiungibili e avere un piano per colpirli.

Purtroppo i business plan non paiono essere buoni genitori, mostrando di avere spesso trascurato il costo che la startup deve sostenere per acquisire i clienti e, più in generale, per la loro scarsa aderenza alla realtà, tanto da crollare al primo impatto con il mercato. A sconfiggere mortalità infantile e orfanità, sono le comunità di innovatori che insieme generano, condividono e raffinano idee imprenditoriali, sottoponendole ad esperimenti che se per un verso fanno intravedere i percorsi che portano al successo, dall'altro rendono tollerabili i fallimenti.

Come posso ripensare il modo in cui vedo il problema? In quanti modi diversi posso risolverlo? Queste le domande che in quelle comunità trovano risposta non trovandosi i partecipanti obbligati al rispetto di canoni fissi e definiti nei tanti manuali sui business plan in circolazione. Come per i trattamenti clinici in medicina, è il processo imprenditoriale di natura sperimentale che apre percorsi di prevenzione e cura prima sconosciuti. Meno morti che camminano e fallimenti vissuti come momenti di crescita lungo le vie dell'imprenditorialità.

Piero Formica
piero.formica@gmail.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:

andrea.rinaldi@rcs.it
mdeggiesp@gmail.com



Il controcanto di **Andrea Rinaldi**

CONFINDUSTRIA ROMAGNA,
LA FUSIONE INCEPPATA



Nell'ottobre 2014 aveva ricevuto la benedizione dell'attuale presidente regionale, Maurizio Marchesini e quella del vicepresidente nazionale, il bolognese Gaetano Maccaferri. Anche su queste pagine avevamo ospitato un intervento firmato a sei mani dai tre presidenti degli imprenditori romagnoli «aggregati». Poi, a un metro dal traguardo, la fusione a tre è inciampata ed è arrivata monca al fotofinish: Unindustria Forlì-Cesena si è sfilata e sono andate avanti solo le consorelle di Ravenna e Rimini. Il consiglio direttivo di Unindustria Forlì-Cesena, quando si è riunito per deliberare sul documen-

to programmatico relativo all'accorpamento, ha ritenuto i contenuti inadeguati per andare avanti. Quindi il presidente Vincenzo Colonna, che però era favorevole all'unione, si è presentato per annunciare agli omologhi Paolo Maggioli (Rimini) e Guido Ottolenghi (Ravenna) la non lieta novella. E, giovedì scorso, ha rassegnato le dimissioni. Non si chiude nessuna porta, precisano però da Cesena, ma serve un piano preciso sulla struttura che dovrà nascere. Perché al momento — dicono gli imprenditori cesenati e forlivesi — mancherebbero un business plan, delle serie verifiche patrimoniali e i crite-

Piazza Affari

di **Angelo Drusiani**

Il Marconi di Bologna
continua il suo volo

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA



Continua il volo ad alta quota dell'Aeroporto di Bologna. L'aumento del numero dei passeggeri è stato del 4,7% nel 2015, ma la media dell'aumento degli ultimi sei anni si attesta al 6,2%. Pochi giorni fa, l'amministratore delegato ha precisato che per l'anno in corso si aspetta un ulteriore incremento dei passeggeri stessi compreso appunto tra il 4,7% e il 6,2%. A fine marzo fornirà indicazioni più precise. Nessuna indicazione, invece, in materia di possibili aggregazioni con altri aeroporti. Ipotetici candidati quello veronese e quelli toscani, Pisa e/o Firenze. Il bilancio 2015 riporta tutti segni positivi. Ricavi a 80 miliardi circa di euro, contro i circa 77 del 2014. Il margine operativo aumenta di 2,5 milioni di euro a 24 milioni di euro circa, con un incremento dell'11,8%. Grazie all'aumento di capitale sottoscritto nel 2015 da parte dei soci per 28 milioni di euro, la posizione finanziaria è risultata positiva di 14,6 milioni di euro contro una negativa di 17,5 milioni di euro nel 2014. L'utile netto per lo scorso anno ammonta a

7,1 milioni di euro. Restando in tema di dati favorevoli, lo scalo bolognese evidenzia che l'aumento del numero dei passeggeri non ha subito battute d'arresto negli ultimi 10 mesi e che a febbraio 2016 il dato è particolarmente interessante. Più 20,1% su analogo mese del 2015. Tant'è che nei primi due mesi di quest'anno, il numero di passeggeri si è avvicinato ad un milione, fermandosi a 988.000 circa. Non v'è dubbio che la centralità geografica della Regione Emilia-Romagna in Italia, al centro della quale è situato l'aeroporto Guglielmo Marconi rappresenti un punto di arrivo o partenza molto comodo. Grazie anche allo sviluppo dell'Alta Velocità ferroviaria. Non è un caso che, recentissimamente, Amber Capital UK e Strategic Capital Advisor Limited abbiano acquistato azioni dell'aeroporto, rispettivamente per circa 407.000 e 606.000 euro. E se lo fanno loro... un buon motivo per guardare con attenzione a Piazza Affari, dove l'azione dello scalo emiliano è quotata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Relazioni sindacali, una nuova era basata sulla partecipazione

SEGUE DALLA PRIMA

Bisogna sparecchiare il tavolo anche sotto il profilo culturale, non sono gli amministratori delegati, che creano posti di lavoro, ma i clienti che comprano i prodotti e i lavoratori che li producono. D'altro canto la politica nonostante ci siano sempre meno votanti è sempre più impegnata a plasmare le regole del gioco per i ricchi e non per il benessere sociale. Il sindacato deve giocare in proprio e non avere simboli di partito dietro la schiena.

Per questo la contrattazione nel dare grande attenzione alla produttività di sistema, alla qualità dei prodotti che è anche formazione e professionalità, deve essere progettato. Ai più è sfuggito, ma è la prima volta che Fim, Fiom, Uilm, hanno convocato le

confederazioni sindacali e le categorie nonché le istituzioni per discutere di un pezzo del nostro territorio dell'Appennino. Una moderna contrattazione deve riguardare dati e idee fino a una gestione diretta del welfare aziendale e territoriale, mentre l'esigibilità deve riguardare gli impegni ad investire e ad occupare persone. Dobbiamo accelerare l'adozione di nuove scelte e il ripensamento delle vecchie, altrimenti il tavolo da gioco penderà sempre dalla parte delle imprese che negano i diritti. Al netto dei patti per il lavoro, i nuovi criteri e la nuova legislazione hanno creato disoccupazione e poveri che lavorano. Non c'è nulla da vantarsi nel creare posti di lavoro pagati poco o niente e senza diritti.

Anche in Emilia-Romagna, meno che altrove, i salari bassi frenano la ripresa e ci pre-

occupa il ridimensionamento del patrimonio industriale ancora in corso e leggi che scambiano il libero mercato con il ricatto di trasferire le fabbriche come è avvenuto per la Saeco. Bisogna tornare a sindacalizzare i lavoratori e per farlo occorre aggredire le barriere che lo hanno impedito a partire da terzizzazioni, frammentazioni, appalti, sub-appalti, diffusa precarietà e mancanza di diritti.

La sfida, che a partire dall'Emilia-Romagna proporremo nei prossimi mesi è una nuova era di relazioni sindacali basata sulla partecipazione che, per essere tale, non può arricchire qualcuno a scapito di un benessere diffuso. Non solo partecipazione ma anche una cultura che metta allo gogna i predatori finanziari. Per questo dobbiamo sapere usare la nostra voce le nostre energie e anche nostri voti.

Bruno Papignani
Segretario generale Fiom-Cgil
Emilia-Romagna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ri per stabilire le quote associative. Tutti ragionamenti da affrontare seriamente prima di convolare a nozze, visto che già quattro anni fa l'abbraccio tra ConfApi e Confindustria tra Forlì e Cesena portò a un taglio del 50% del personale.

I retroscena riminesi attribuirebbero invece lo sfilamento a una ripicca delle piccole imprese della stessa ConfApi, la più colpita dal matrimonio del 2012. Ma Italo Carfagnini della Softer (non certo una pmi) ha sentenziato «Mancano quei contenuti a cui ogni cda d'azienda fa riferimento». La risposta è stata che Ravenna e Rimini han proseguito senza tanti complimenti.

Sulla via Emilia, è il caso di dirlo, le fusioni non vanno proprio lisce come l'olio. Basti vedere cosa era successo più a Nord tra Bologna, Modena e Reggio Emilia, con quest'ultima che si è sfilata per far poi posto a Ferrara. Se volessimo aggiungere del pepe, potremmo sempre ricordare che il caso dell'accorpamento delle Camere di Commercio di Ravenna e Ferrara, cioè la creazione di un bell'ingragnaggio per il mondo delle imprese che ruota diciamo non proprio in linea armonica con le fusioni sopra menzionate. Bella l'Emilia-Romagna, efficiente e pragmatica, ma forse aveva ragione chi criticava i «bizantinismi» di Confindustria, romani, certo, ma non così lontani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Shopping nel biologico
Granarolo acquisisce Conbio
Così triplicheranno i ricavi

Anche Granarolo cavalca la moda del bio e del vegan e acquisisce il controllo della Conbio di Santarcangelo di Romagna, specializzata nella produzione di specialità gastronomiche vegetali e biologiche. Il mercato degli alimenti «salutisti» è cresciuto esponenzialmente in Italia negli ultimi cinque anni (da 130 a 318 milioni, +240%) e dovrebbe toccare i 600 milioni entro il 2020. La gastronomia a base vegetale, in particolare, è passata da 11 a 79 milioni nello stesso periodo. Per il colosso lattiero caseario cooperativo già oggi la gamma 100% vegetale rappresenta un giro d'affari di 14 milioni. Ma nelle previsioni del presidente Gianpiero Calzolari il peso sul fatturato totale del gruppo dovrebbe triplicare nei prossimi tre anni. L'operazione Conbio è stata condotta attraverso un aumento di capitale, al termine del quale Granarolo Spa detiene il 60% della società romagnola.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al timone Gianpiero Calzolari, presidente di Granarolo

Il sindaco Lucchi apre ai privati
Macfrut spinge Cesena Fiera
Fatturato in crescita del 30%

L'aria di mare fa bene al Macfrut che con il trasferimento al quartiere fieristico riminese ha consentito all'organizzatore Cesena Fiera di incrementare il fatturato del 30% nel 2015, passando da 2,9 a 3,8 milioni, con un utile netto di 123 mila euro. L'obiettivo per l'edizione 2017 che si terrà a maggio è raggiungere i 5 milioni, come ha anticipato il sindaco di Cesena Paolo Lucchi, maggior azionista della società cesenate con l'80% del capitale. L'apertura ai privati è uno degli obiettivi per i prossimi mesi e potrebbe avvenire contestualmente alla nascita della holding regionale delle fiere allo studio di via Aldo Moro. Idea che Lucchi apprezza, visto che il primo obiettivo delle fiere emiliano-romagnole deve essere «non farsi concorrenza». Cesena, intanto, ha concluso il restyling da 3 milioni del suo quartiere, mentre il presidente Renzo Piraccini ha in programma missioni in Costa Rica ed Egitto in particolare, per «esportare» il modello Macfrut.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



EVOLUZIONE IMBALLAGGIO



SERVIZI PER LE IMPRESE

Progetti innovativi per l'industria



www.sgarzi.it

Anzola Emilia (BO) - Italy - Tel. 051 734 886 - info@sgarzi.it